



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werther

- Bericht -

 **BBE** Handelsberatung Münster

Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-standort.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader
Dipl.-Ing. Christian Paasche

Münster, im November 2011



Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
1.2	Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes	3
1.3	Methodische Vorgehensweise.....	6
2	Trends im Einzelhandel	12
2.1	Sicherung der Grund- und Nahversorgung.....	15
3	Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	18
3.1	Wirtschaftsräumliche und standortrelevante Rahmenbedingungen	18
3.1.1	Räumliche Lage und zentralörtliche Bedeutung	18
3.1.2	Stellung in der Region & regionale Angebotssituation	19
3.1.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerung	22
3.1.4	Städtebauliche Ausgangssituation.....	22
3.2	Analyse der Angebotsstrukturen	24
3.2.1	Betriebe und Sortimente	25
3.2.2	Verkaufsflächen	27
3.2.3	Nahversorgung	28
3.3	Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	30
3.3.1	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich	30
3.3.2	Kaufkraftbindungsquoten	31
3.4	Entwicklungspotenziale in Werther.....	34
3.5	Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Werther	37
4	Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung	39
4.1	Zielvorstellungen der Einzelhandelsentwicklung	39
5	Zentren- & Sortimentskonzept.....	43
5.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	43
5.2	Standortstruktur & Zentrenhierarchie.....	44
5.3	Zentrale Versorgungsbereiche	45



5.3.1	Herleitung zentraler Versorgungsbereiche.....	45
5.3.2	Empfehlungen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.....	48
5.3.2.1	Hauptzentrum Innenstadt.....	48
5.3.2.2	Nahversorgungsstandort ESCH.....	49
5.3.2.3	Nahversorgungsstandort PENNY.....	50
5.3.2.4	Gewerbegebiet ESCH.....	50
5.3.2.5	Empfehlung WECO-Gelände.....	51
5.4	Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung.....	53
5.4.1	Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente.....	55
5.4.2	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente.....	57
5.4.3	Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten.....	58
5.4.4	Einzelhandel in sonstigen Baugebieten.....	60
5.5	Sortimentsliste.....	61
5.5.1	Wertheraner Sortimentsliste.....	65
6	Schlusswort.....	69
7	Anhang.....	70
7.1	Abbildungen.....	70
7.2	Glossar.....	72

Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d.h. Nennung der BBE Handelsberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Handelsberatung Münster.



1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Der Einzelhandel in Deutschland unterliegt weiterhin deutlichen strukturellen Veränderungen. Sowohl das Erscheinungsbild und die konzeptionelle Ausrichtung als auch die räumliche Struktur dieses Wirtschaftssektors haben sich in den letzten Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Damit einher gehen veränderte Betreiberkonzepte sowie Standort- und Objektanforderungen sowohl hinsichtlich der Betriebsgröße und Verkaufsflächendimensionierung als auch der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Parkplatzausstattungen. Hierdurch sind zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen entstanden. Dies hat in zahlreichen Fällen dazu geführt, dass die gewachsenen Strukturen der Innenstädte in ihrer Attraktivität und ökonomischen Funktion an Bedeutung eingebüßt haben. Auch die Zielvorstellung einer möglichst wohnortnahen und dezentralen Grundversorgung der Bevölkerung ist aufgrund zu beobachtender Konzentrationsprozesse im Einzelhandel zunehmend schwieriger zu erhalten bzw. zu realisieren, da das Netz an Anbietern der Nahversorgung in vielen Teilen Deutschlands immer weitmaschiger wird.

Strukturelle
Veränderungen im
deutschen
Einzelhandel

Die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen ist in Deutschland allerdings nicht allein den Marktkräften unterworfen. Vielmehr besteht ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung städtebaulicher Ziele, die sich allein durch das freie Spiel von Angebot und Nachfrage vermutlich nicht durchsetzen ließen. Den betrieblichen Entwicklungen auf Betreiberseite stehen somit raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen gegenüber, die in vielen Fällen nur schwer mit den Interessenslagen der Handelsunternehmen in Einklang zu bringen sind. Auch die Stadt Werther sieht sich innerhalb dieses Spannungsfeldes divergierender Zielsetzungen vor der Aufgabe, ein auf die ortsspezifische Situation abgestimmtes Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen und funktionalen Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten bzw. zu aktualisieren, um so städtebaulich schützenswerte Einzelhandels- und Standortstrukturen in ihrer Versorgungsfunktion zu erhalten und zu entwickeln. Dies geschieht letztlich auch vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen.¹

Spannungsfeld
unterschiedlicher
Zielvorstellungen

¹ Novellierung Baugesetzbuch und LEPro, aktuelle Rechtsprechung des Bundes- / Oberverwaltungsgerichts



Mit Hilfe des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Fachbeitrag zur Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung beabsichtigt die Stadt, raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung auf Basis gesetzlicher Grundlagen des Bundes bzw. des Landes zu definieren, die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen auf eine tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene Gesamtkonzeption zu gründen und insbesondere das Ortszentrum von Werther künftig vor unerwünschten Entwicklungen zu sichern und bedarfsgerecht fortzuentwickeln.

Konzept für stadt-
entwicklungspolitische
Entscheidungen

Im Erarbeitungsprozess ist somit eine konzeptionelle Grundlage für zukünftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen zu Standortfragen des Einzelhandels in der Stadt Werther und eine für die Bauleitplanung und die kommunale Baugenehmigungspraxis fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle und künftige Planvorhaben geschaffen worden. Ziel ist u.a. die bedarfsgerechte Entwicklung sowie Attraktivitäts- und Zentralitätssteigerung des örtlichen Einzelhandels, die Schaffung von Anreizen für Investitionen an städtebaulich geeigneten Standorten sowie die Vermeidung unerwünschter städtebaulich-funktionaler „Fehlentwicklungen“. Die Notwendigkeit eines solchen städtebaulichen Konzeptes im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist auch in einschlägigen Urteilen des OVG NRW hervorgehoben worden, da „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann (...) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind in aller Regel die Feststellung zulassen, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist“.²

Aufgabe des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es dabei, eine aktuelle Bestandsaufnahme der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Analyse der spezifischen Nachfragesituation wie auch der städtebaulichen und bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen vorzunehmen. Hierauf aufbauend sind Zielsetzungen für einzelne Standortbereiche der Stadt Werther sowie notwendige räumlich-funktionale Steuerungsinstrumente im Hinblick auf stadtverträgliche und zugleich wirtschaftlich tragfähige Einzelhandelsentwicklungen zu formulieren. Die konzeptionellen Empfehlungen und Zielsetzungen werden dabei von den örtlichen Gegebenheiten und Entwicklungsperspektiven der Stadt Werther abgeleitet, berücksichtigen gleichwohl aber auch den aktuellen rechtlichen Rahmen, welcher sich aufgrund gesetzlicher Vorgaben auf Bundes- und Landesebene ergibt.

EHK =
Entwicklungskonzept

Zur Erreichung definierter Zielsetzungen sind dabei klare Anforderungen an die inhaltliche Ausgestaltung eines Einzelhandelskonzeptes zu stellen. Unabdingbare Bestandteile eines rechtssicheren Konzeptes sind:

Bestandteile des
Konzeptes

² OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 – 7 D 8/04 NE



- eine umfassende und differenzierte Analyse der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Ausgangssituation
- eine dezidierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel
- die Formulierung von übergeordneten Zielvorstellungen und Grundsätzen zur Steuerung des Einzelhandels
- die Entwicklung eines räumlichen hierarchischen Zentrenmodells mit entsprechender Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte
- die Herleitung und Darstellung potenzieller zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) sowie ihrer Versorgungsfunktion (ggf. inkl. etwaiger Potenzialflächen zur Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels)
- die Darstellung und Einordnung sonstiger Standorte und Agglomerationen des Einzelhandels (insb. großflächige Sonderstandorte)
- die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels („Ansiedlungsregeln“)
- die Erarbeitung einer ortstypischen Sortimentsliste („Wertheraner Liste“)

Darüber hinaus sind u.a. auch Aussagen zur perspektivischen und bedarfsgerechten Entwicklungsmöglichkeiten (Aufzeigen branchen- und standortspezifischer Potenziale), Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung einschließlich Vorgaben und Empfehlungen für die Bauleitplanung sowie die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung auch des nicht großflächigen Einzelhandels zumeist integraler Baustein eines Konzeptes.

Als Projektleiter sind Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader sowie Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes

Dem Einzelhandel kommt bei der Funktionalität sowie Attraktivität gewachsener Zentren mit ihrem breiten Angebot an Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen eine zentrale Bedeutung zu. Die Zentren sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Gemeinde, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger.



Die angeführten strukturellen Veränderungen im Einzelhandel haben jedoch weitreichende Konsequenzen für die räumlich-funktionale und städtebauliche Struktur der Städte mit ihren Innenstädten und Zentren. Grundsätzlich besteht in diesem Zusammenhang ein großes öffentliches sowie privates Interesse an dem Erhalt sowie der Förderung der Funktionsfähigkeit und der Nutzungsvielfalt der Zentren mit ihren spezifischen Erkennungsmerkmalen. Dies bedeutet, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, Trading-down-Prozesse oder Mindernutzungen und damit einhergehend ein Attraktivitätsverlust der Zentren vermieden werden sollen, ohne zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

Öffentliches Interesse
zur Steuerung

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist hierbei Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Durch das Bau- und Planungsrecht sowie die kommunale Genehmigungspraxis kann die öffentliche Hand aktiven Einfluss auf die räumlich-funktionale Entwicklung des örtlichen Einzelhandels nehmen. Sie ist somit aktives Instrument der Kommune, bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte zu lenken. Eine Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Rahmen von Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf jedoch einer sorgfältig erarbeiteten städtebaulichen Begründung. Dies gilt insbesondere mit möglichen Ausschlüssen, Untersagungen und Einschränkungen, welche frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen. Grundvoraussetzung einer rechtssicheren Planung ist somit eine fundierte Klärung der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse und hierauf basierend die hinreichend konkrete Ableitung der einzelnen Planungsziele. Hierzu ist in aller Regel ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erforderlich, im Rahmen dessen zum einen die vorhandene Einzelhandelsstruktur differenziert analysiert wird, zum anderen auch die Entwicklungsziele festgelegt werden. Die Inhalte des Einzelhandelskonzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen hierbei hinreichend bestimmt und auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein.

EHK = Steuerungs-
instrument

Ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt in diesem Zusammenhang ein städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung und damit als unverzichtbare Grundlage für eine sachgerechte Planung und Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben dar. Es entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i.d.R. einen Ratsbeschluss und ist dann im Rahmen der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

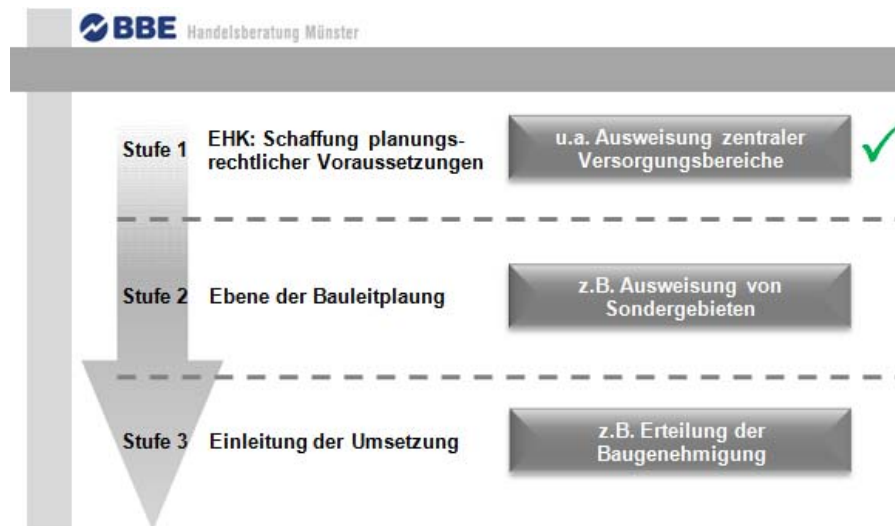
Grundlage für sach-
gerechte Abwägung

Einem Einzelhandelskonzept als informelle städtebauliche Planung kommt somit nicht die Funktion von bindenden Vorentscheidungen zu. Ein derartiges Konzept erzeugt zwar eine interne Bindungswirkung gegenüber der Kommune, nicht jedoch unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Weder wird bestehendes Baurecht aufgehoben noch neu ge-

Schaffung
planungsrechtlicher
Voraussetzungen

schaffen, ein Konzept schafft vielmehr die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze und Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z.B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.³

Abb. 1: Einordnung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Mit der Aufstellung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte und der sich hieran anschließenden notwendigen planungsrechtlichen Umsetzung durch Bauleitpläne können die Städte und Gemeinden die Entwicklung ihrer zentralen Versorgungsbereiche unterstützen bzw. eine ausgewogene Versorgungsstruktur sicherstellen. Zentrenkonzepte sind demnach nicht nur allein auf die Sicherung des Bestandes, sondern auch auf die Konzeption einer anzustrebenden Versorgungs- und Zentrenstruktur ausgelegt. Dies schafft eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung einzelner Vorhaben im Sinne einer zukunftsorientierten Zentrenstruktur.⁴ Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept bildet somit die inhaltliche Grundlage für die städtebauliche Begründung im Rahmen der Bauleitplanung, da Bebauungspläne ohne eine entsprechende fachlich fundierte Grundlage regelmäßig an Begründungsmängeln leiden.

EHK = städtebauliche
Begründung

Die Steuerung des örtlichen Einzelhandels im Rahmen der kommunalen Planungshoheit besitzt dabei eindeutige rechtliche Grundlagen und Ziel-

³ Der Zeitpunkt der jeweiligen Planung / Planumsetzung richtet sich nach ihrer Erforderlichkeit, d.h. die Gemeinde kann sich darauf beschränken, zunächst nur dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo ein konkreter Handlungsbedarf besteht.

⁴ Vergleiche hierzu u.a. Einzelhandelserlass NRW (2008), Nr. 4.1



vorgaben des Bundes bzw. des jeweiligen Landes. So werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches (BauGB)
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO)
- des Landesentwicklungsprogramms NRW (LEPro NRW)
- des Einzelhandelserlasses NRW (EHE NRW) sowie
- der aktuellen Rechtsprechung (diversere Urteile des Bundes- und Oberverwaltungsgerichtes)

Rechtliche Grundlagen
des Konzeptes

klare und eindeutige Anforderungen formuliert.

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept aber auch die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft. Durch eindeutige Regelungen und Festlegungen können sowohl örtliche als auch sonstige Akteure ihre Planungen und Investitionsentscheidungen vorantreiben, ohne gleichzeitig mit einem „unfairen Wettbewerb“ städtebaulich nicht geeigneter, aber oftmals wirtschaftlich interessanter Standorte rechnen zu müssen. Die stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sollen dabei den Wettbewerb im Einzelhandel nicht verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf städtebaulich geeignete Standortbereiche lenken, so dass sowohl bestehende Betriebe als auch Ansiedlungsvorhaben hiervon profitieren. Darüber hinaus kann auch das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

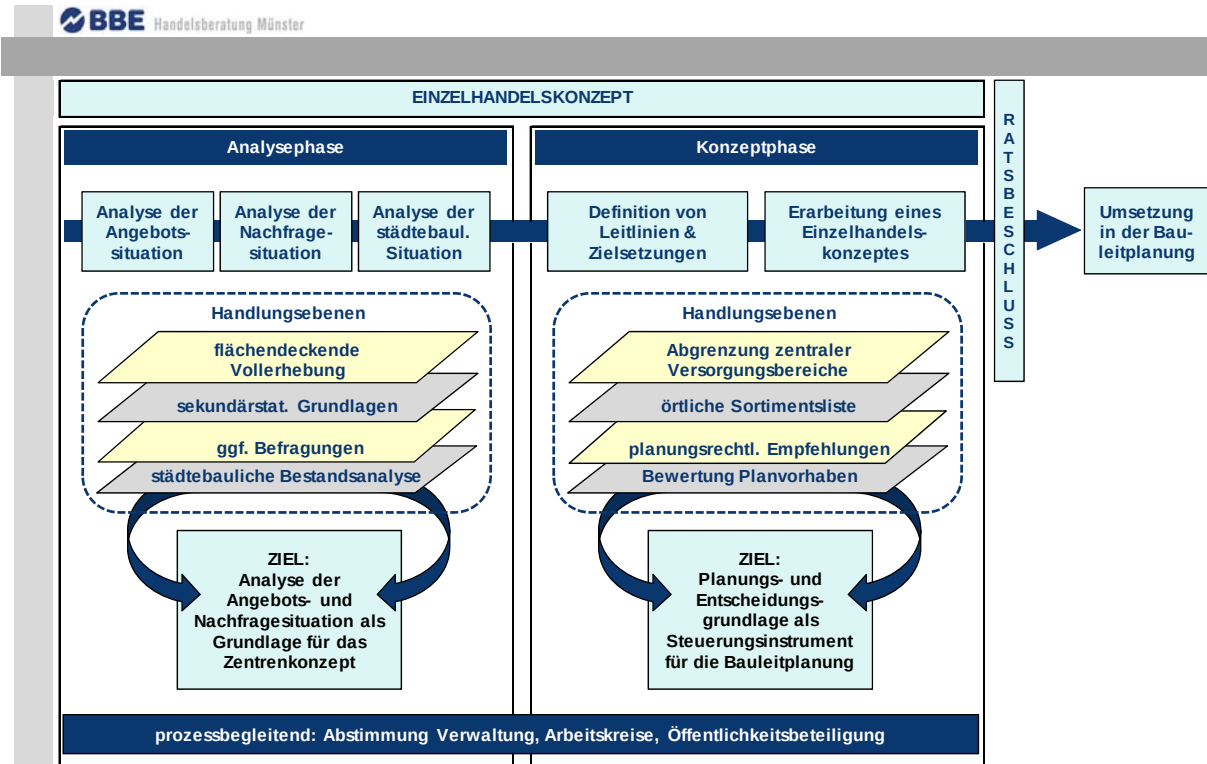
Planungs- und
Investitionssicherheit &
aktive Standortpolitik

1.3 Methodische Vorgehensweise

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen als städtebauliche Entwicklungskonzepte im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als wesentliche Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung. Um die Untersuchungsfragen, die dem Konzept zugrunde liegen, beantworten und damit die notwendige Rechtssicherheit dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sicherstellen zu können, gliedert sich die Erarbeitung im Wesentlichen in zwei Leistungsbausteine mit unterschiedlichen Handlungsebenen und aufeinander folgenden Erarbeitungsschritten wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist.

Wesentliche
Leistungsbausteine

Abb. 2: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzelhandelskonzept basiert dabei auf einer umfangreichen und differenzierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Stadt Werther und ihrem Einzugsgebiet. Durch die Aufnahme der städtebaulichen Strukturen sowie der Zuordnung der vorhandenen Betriebsstätten zu städtebaulichen Lagen wird zudem ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Steuerung der räumlichen Entwicklung von Standorten des Einzelhandels zulässt.

Es sind somit die nachfolgend skizzierten Analysemethoden eingesetzt worden, die einen höchstmöglichen funktionalen (nach Hauptwarengruppen) sowie räumlichen (nach Standortlagen) Differenzierungsgrad vorweisen:

Notwendige
Analyseschritte

- Durchführung einer vollständigen Bestandserhebung sämtlicher Einzelhandelsunternehmen im Stadtgebiet von Werther
- Begehung und Analyse der relevanten und versorgungsstrukturell prägenden Wettbewerbsstandorte innerhalb und außerhalb des Einzugsgebiets
- Bestandsanalyse Städtebau und qualitative Bewertung des Angebotsniveaus des innerstädtischen Einzelhandels



Mit den vorgenannten methodischen Analysebausteinen erfüllt das vorliegende Einzelhandelskonzept die rechtlichen Anforderungen zur Verabschiedung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Werther flächendeckend durchgeführt worden, d.h. alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks im gesamten Stadtgebiet wurden im Rahmen von Betriebsbegehungen hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standortlage) durch erfahrene Gutachter des beauftragten Büros flächendeckend erfasst. Zusätzlich berücksichtigt wurden überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb von Werther. Es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des örtlichen Ladeneinzelhandels vor.

Die Erhebung wurde im Juni 2011 durchgeführt, wobei gemäß nachfolgender Waren- und Sortimentsgruppensystematik die Verkaufsflächen insgesamt sowie je Warensortiment nach Teilflächen differenziert erhoben wurden, um so – mit Blick auf die Identifizierung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels ermöglichen zu können:

Vollerhebung des
Einzelhandelsbesatzes

Waren- und
Sortimentsgruppensyste-
matik

Abb. 3: Erhebungssystematik

Warengruppe	Sortimentsgruppe
überwiegend kurzfristiger Bedarf	
Nahrungs- und Genußmittel	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Bäckerei, Metzgerei
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/ Optik/Sanitätsartikel	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel medizinische und orthopädische Artikel Reformwaren Arzneimittel / Apothekenwaren Augenoptik / Hörgeräte
überwiegend mittelfristiger Bedarf	
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher	Bücher Zeitschriften und Zeitungen Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel Antiquariate
Bekleidung / Wäsche	Bekleidung Textilien / Meterwaren für Bekleidung
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	Schuhe Lederwaren und Reisegepäck
Baumarktartikel und Gartenbedarf/ Blumen/Zoo	Metall- und Kunststoffware Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf Vorhänge, Teppiche (Auslegeware), Fußbodenbeläge und Tapeten Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel zoologischer Bedarf und lebende Tier
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/ Geschenkartikel	keramische Erzeugnisse und Glaswaren Haushaltsgegenstände Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musik- instrumente	Spielwaren Musikinstrumente und Musikalien Hobby- und Bastelbedarf
Sport und Freizeit	Sportartikel und -geräte Campingartikel (ohne Campingmöbel) Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
überwiegend langfristiger Bedarf	
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien	Einrichtungsgegenstände, Haus- und Heimtextilien, Teppiche und sonstiger Hausrat Möbel (Wohnen, Bad, Küche, Büro, Garten etc.)
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	elektrische Haushaltsgeräte, weiße Ware, Leuchten etc.
Unterhaltungselektronik/Musik/Video/ PC/Drucker/Kommunikation	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software Telekommunikationsgeräte Geräte der Unterhaltungselektronik bespielte Ton- und Bildträger Foto- und optische Erzeugnisse
Uhren und Schmuck	Uhren und Schmuck
Sonstiges	Antiquitäten und antike Teppiche Aktionsware, Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: eigene Darstellung



Im Rahmen der Betriebsstättenbegehung wurden dabei die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter sowohl nach innen und außen liegender Verkaufsfläche⁵ als auch hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage⁶ detailliert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse in den Kern- sowie Randsortimenten gemäß der örtlichen und räumlichen Gegebenheiten abbilden zu können. Auf Basis dieser Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten⁷, qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2011 eine Umsatzprognose für den gesamten Einzelhandel in Werther vorgenommen.

Differenzierte Erhebung
des Einzelhandels

Für die schützenswerten Lagen (wie z.B. das Zentrum) sowie die sonstigen bedeutsamen Standortlagen des Einzelhandels erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen ausgerichtete Analyse der städtebaulichen Ausgangssituation mit dem Ziel, die wesentlichen Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einzelhandelsstandorte herausstellen zu können. Im Fokus steht hier im Besonderen die Abgrenzung potenzieller zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) und ihrer Versorgungsfunktion sowie als Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen. Folgende Kriterien haben im Rahmen der Analyse u.a. Eingang gefunden:

Städtebauliche Analyse
der Ausgangssituation

- Kleinräumige Lage innerhalb des Stadtgebiets
- Lage der strukturprägenden Magnetbetriebe sowie räumliche Verteilung weiterer Angebotsstrukturen
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Nutzungsmischung mit handelsaffinen Nutzungen (u.a. Dienstleistung, Gastronomie, kulturelle Angebote)
- Verkehrliche Erreichbarkeit, ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur und –zustand (Qualität und Zustand der Bebauung)

⁵ Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005 (BVerwG, Urteil 4 C 10.04) findet Anwendung. Bei der Ermittlung und Berechnung der Verkaufsfläche ist hierbei die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich bzw. die Fläche, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang steht, d.h. einschließlich Kassenzonen, Kassenvorraum, Windfang, Pfandrücknahmerraum, Schaufenster etc. (siehe auch Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008).

⁶ Differenzierung nach schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche wie Hauptgeschäftsbereich, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum), integrierte Standortlagen, nicht integrierte Standortlagen

⁷ EHI, Retail Institute, Köln, 2009 / 2010



- Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Einkaufsatmosphäre

Neben der differenzierten Analyse der einzelhandelsbezogenen sowie der städtebaulichen Ausgangssituation stellt die Analyse der Nachfrageseite einen weiteren unabdingbaren Leistungsbaustein dar. Die Analyse der Nachfragesituation ist auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevantem Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben⁸ sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen worden. Hierdurch lassen sich belastbare Aussagen zur aktuellen Leistungsfähigkeit und Attraktivität des örtlichen Einzelhandelsangebots herleiten.

Auswertung
sekundärstatistischer
Quellen

⁸ BBE RETAIL EXPERTS, Köln / IBH RETAIL CONSULTANTS, Köln, 2011



2 Trends im Einzelhandel

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen haben sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten derart dynamische und grundlegende Veränderungen hinsichtlich Erscheinungsbild, Funktionsweise und räumlichen Ausprägung gezeigt wie im Einzelhandel. Maßgeblich verantwortlich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrage-seite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachfolgend werden die wesentlichen Trends der bundesweiten Einzelhandelsentwicklung in Kurzform skizziert sowie deren mögliche Bedeutung und Herausforderung für die künftige Stadtentwicklung herausgearbeitet. Es handelt sich somit insbesondere um solche Trends, die es im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Konzeption wegen ihrer wirtschaftlichen und räumlichen Auswirkungen zu berücksichtigen gilt.

Trends und deren
Herausforderung für die
Stadtentwicklung



TRENDS IM EINZELHANDEL

Anhaltendes Flächenwachstum & rückläufige Betriebszahlen

- Die Anzahl der Betriebsstätten ist in Deutschland weiter rückläufig, während das Verkaufsflächenwachstum ungebrochen anhält. Dies führt zwangsläufig zu größeren Verkaufsflächen je Betriebsstätte. Bei gleichzeitig stagnierender Umsatzentwicklung und wachsendem Wettbewerbsdruck sinken die Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsstätten.

Unternehmenskonzentration

- Der heutige Einzelhandel wird zunehmend von großen Handelskonzernen geprägt, während der Anteil der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe weiter abnimmt. Die Anzahl der Marktteilnehmer wird als Folge des Verdrängungswettbewerbs weiter zurückgehen. Diese Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Zunehmender Filialisierungsgrad

- In Zusammenhang mit o.g. Unternehmenskonzentration nimmt der Filialisierungsgrad im deutschen Einzelhandel weiter zu.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE STADT-ENTWICKLUNG

Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen

- Die anbieterseitigen Marktentwicklungen führen in vielen Städten und Gemeinden zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Verdrängen und Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen. Bei der Nahversorgung geht dies z.B. oftmals mit räumlichen Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte einher. Nahversorgungsbetriebe stellen jedoch nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren.

Verlust der „Angebotsvielfalt“

- Durch den Prozess der Unternehmenskonzentration kommt es neben einem Ausdünnen des Versorgungsnetzes auch zu einem Rückgang inhabergeführter Betriebsstätten mit einem spezialisierten und individuellen Angebot.

Gefahr der Uniformität

- Aufgrund des zunehmenden Filialisierungsgrades ist eine Konzentration von Filialisten in den Top-Lagen durchaus typisch, während der inhabergeführte Einzelhandel mit seinem spezialisierten Angebot in die Randlagen verdrängt wird. Die Filialisten



	bestimmen so zunehmend das Erscheinungsbild der 1a-Lagen. Hierdurch besteht die Gefahr der Uniformität und des Verlustes des städtischen Profils bzw. der Individualität.
Wandel der Betriebsformen (Betriebsformendynamik) Innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels ist eine Marktanteilsverschiebung insbesondere zugunsten von Discount- und Fachmarktbetrieben zu erkennen, während traditionelle und kleinflächige Formate an Marktanteil verlieren.	Nachfrage- und Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte Standortlagen wächst Da gerade Discount- und Fachmarktanbieter mit ihren Flächenansprüchen in aller Regel verstärkt autokundenorientierte Standortlagen nachfragen, erhöht sich die Nachfrage und damit der Ansiedlungsdruck auf Standorte außerhalb integrierter Versorgungsbereiche.
Entstehung neuer Handelsformate Neben dem Bedeutungszuwachs insbesondere großflächiger Angebotsformen (z.B. Factory-Outlet-Center) und „spektakulärer“ Vorhaben sind zudem neue Trends im nicht stationären Handel (z.B. e-commerce) erkennbar.	Neue Handelsformate mit veränderten Standortanforderungen Einzelhandelsgroßprojekte werden zunehmend als einzige Option für die Entwicklung von Standorten und Brachflächen gesehen. Während z.B. FOC ganz eigene Standortanforderungen vorweisen, erfolgt der nicht stationäre Handel wiederum losgelöst unmittelbar räumlicher Bezugspunkte innerhalb einer Gemeinde.
Autokundenorientierte Standortpräferenzen im Einzelhandel Aufgrund des Flächenwachstums je Betriebseinheit, der damit einhergehenden betriebswirtschaftlich notwendigen größeren Einzugsgebiete und damit der Standortanforderungen der Handelsunternehmen (größere VKF, ausreichend Stellplätze etc.) findet i.d.R. weiterhin eine Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte statt (Ausnahme: EKZ).	Bedeutungsverlust der zentralen Versorgungsbereiche Durch die Herausbildung eines neuen Standortnetzes an nicht integrierten Standorten verlieren die Zentren wichtige Magnetbetriebe. Kleinteilige und kompakte Bebauungsstrukturen, fehlende Flächenverfügbarkeiten oder denkmalgeschützter Bestand auf der einen sowie wirtschaftliche Rahmenbedingungen (hohe Mietpreisforderungen etc.) auf der anderen Seite verhindern zudem oftmals die (gewollte) Entwicklung großflächiger Betriebe in den Zentren.
Bedeutungsverlust innerstädtischer Kauf- und Warenhäuser Bei den Kauf- und Warenhäusern, die lange Zeit strukturprägend für den innerstädtischen Einzelhandel gewesen sind, hat in den letzten Jahren ein Marktbereinigungsprozess eingesetzt, so dass mittlerweile nur noch einzelne Anbieter am Markt agieren.	Verlust struktur- und standortprägender innerstädtischer „Flaggschiffe“ Die Folge dieser Umstrukturierungen haben insbesondere die Mittel- sowie in Teilen auch Oberzentren gespürt. Durch die Aufgabe von Warenhausstandorten haben die betroffenen Kommunen das traditionelle Rückgrat des innerstädtischen Einzelhandels verloren. Die Nachnutzung dieser spezialisierten Immobilien stellt sich zumeist schwierig dar.
Veränderte Standortentscheidungen bei Einkaufszentren Im vergangenen Jahrzehnt ist zu beobachten gewesen, dass große Einkaufszentren zunehmend in Innenstadtlagen und Stadtteilzentren realisiert werden.	Innerstädtische Einkaufszentren mit Chancen und Risiken Die Realisierung innerstädtischer Einkaufszentren können neben Chancen auch ortsspezifische Risiken bergen. Je nach Mikrostandortlage, Dimensionierung, baulicher Ausgestaltung sowie Branchenmix können diese zu einer Gefährdung bestehender innerstädtischer Einzelhandelsstrukturen führen.



Zunehmende Fluktuation im örtlichen Einzelhandel

- Aufgrund des sich verschärfenden Wettbewerbs sowie wegen dynamischer Entwicklungen kommt es zunehmend zu einer Fluktuation im Einzelhandel.

Stetige Veränderungen beim Angebot und im Erscheinungsbild

- Aufgrund von Fluktuation kommt es innerhalb der Innenstädte und Ortskernlagen zunehmend zu Neu- und Umnutzungen (Spielhallen) bzw. auch zu (minderwertigen) Zwischennutzungen (1-Euro-Laden) und zeitweiligen Leerständen.

Wandel der demographischen Strukturen Deutschlands

- Der demographische Wandel wird mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie zeitversetzt voranschreiten, d.h. es wird bundesweit zu einer Abnahme der Bevölkerung kommen, gleichwohl es regionale Unterschiede in der Bevölkerungsentwicklung gibt (heterogene Entwicklung). Zudem nehmen der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung sowie der Anteil der Single-Haushalte (Haushaltstypenverschiebung) weiter zu.

Bedeutung der wohnungsnahen Versorgung wächst

- Bevölkerungsrückgang, Überalterung sowie die Veränderung der Haushaltsstrukturen haben Auswirkungen auf die zukünftigen Versorgungsstrukturen. Da mit dem Alter die Mobilität (insb. Pkw) i.d.R. eingeschränkt ist, wächst die Bedeutung einer wohnungsnahen Versorgung insbesondere mit Gütern des täglichen Bedarfs (Nahversorgung). Demnach ist die derzeitige Orientierung auf Fahrstandortlagen in Teilsegmenten des Einzelhandels kritisch zu hinterfragen.

Veränderte Einkommensverhältnisse & Ausgabenstruktur

- Insgesamt ist zwar ein Wachstum des Einkommens je Haushalt zu verzeichnen. Allerdings setzt sich die bereits seit Jahren zu beobachtende Bedeutungsverschiebung in den Ausgabegruppen fort. Auch zukünftig ist davon auszugehen, dass die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben maximal stagnieren werden, während Ausgaben für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten weiter wachsen werden.

Veränderte Ausgabenstruktur und Anpassungsdruck verändern Standortpräferenzen

- Die Stagnation bzw. der Rückgang der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben am privaten Verbrauch sowie der demographische Wandel führen zu Präferenzverschiebungen bei den Bedürfnissen der Verbraucher. Der Einzelhandel reagiert zusehends, indem neue Konzepte entwickelt werden, um konkurrenzfähig zu bleiben (Anpassungsdruck). Diese neuen Konzepte gehen zumeist auch mit weiteren veränderten räumlichen Anforderungen einher.

Veränderung der Konsumentenbedürfnisse und der Einkaufsgewohnheiten

- Das preisorientierte Ausgabeverhalten hat zu einer gestiegenen Akzeptanz der Konsumenten für Discountangebote geführt. Neben diesem reinen „Versorgungseinkauf“ mit Fokus auf Preis und Zeiteffizienz nimmt als Pendant der „Erlebniseinkauf“, gekennzeichnet durch Qualität und Atmosphäre, einen wesentlichen Stellenwert ein. Somit ist eine zunehmende Polarisierung des Einkaufsverhaltens in qualitativ hochwertige Spitzenprodukte sowie Billigprodukte und Handelsmarken feststellbar. Das Nebeneinander z.T. widersprüchlicher Konsumgewohnheiten hält dabei an („paradoxe Konsument“). Zudem ist eine teilweise Verschiebung der Verbrauchergewohnheiten in Richtung Convenience, Bio und dem Konsumtrend „Gesundheit, Genuss und Wellness“ vorhanden. Letztlich gewinnen Kopplungen von Aktivitäten (Einkauf auf dem Arbeitsweg) an Bedeutung.

Ausdifferenzierung des Angebots mit differierenden räumlichen Anforderungen

- Während der Wunsch nach Erlebniseinkauf zu einem Bedeutungsgewinn der Innenstädte und Shopping-Center mit ihrem Branchenmix und ihrer Angebotsvielfalt sowie einem ergänzenden Freizeitangebot (Kultur- und Gastronomieangebot) führen kann, findet der alltägliche Versorgungseinkauf weiterhin an Standortlagen „auf der grünen Wiese“ sowie in Stadtrandlagen statt. Aufgrund der Kopplung und der Nutzung von Synergieeffekten („Alles an einem Ort“) gewinnen hierbei Einzelhandelsagglomerationen (z.B. Vollsortimenter, Discounter, ergänzende Fachmärkte) an Bedeutung.



Ziel der örtlichen Entscheidungsträger muss es sein, im Rahmen skizzierter Entwicklungen des Einzelhandels, die örtlichen Versorgungsstrukturen durch Sicherung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche zu entwickeln. Ohne ein maßvolles steuerndes Eingreifen sind für die räumliche Entwicklung der Städte bzw. Gemeinden in Abhängigkeit von deren örtlichen Ausgangssituation indes weitere Konsequenzen hinsichtlich der Versorgungssituation sowie der städtebaulich-funktionalen Strukturen zu erwarten.

Maßvolle Steuerung
erforderlich

2.1 Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Die obigen anbieterseitigen Marktentwicklungen führen – wie angeführt – in vielen Städten und Gemeinden zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Ausdünnen kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen. Oftmals einher gehen damit räumliche Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte.

Ausdünnen kleinteiliger
Strukturen

Insbesondere in kleineren Städten und Gemeinden stellen Nahversorgungsbetriebe nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Zentren sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Frequenzfunktion

Bei der Entwicklung von gemeindlichen Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Gemeindegebietes sowie der Siedlungsstrukturen auch die Verfügbarkeit von Flächen in den Zentren eine erhebliche Rolle. So verhindern oftmals kleinteilige Bebauungsstrukturen oder denkmalgeschützter Bestand die (gewollte) Entwicklung großflächiger Lebensmittelbetriebe in den Zentren.

Zielvorstellungen

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches gemeindliches Ziel dar, welches auch einen moderaten Einsatz planungsrechtlicher Instrumente rechtfertigt. Eine funktionierende Nahversorgung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Angebote des täglichen Bedarfs möglichst dezentral und wohnungsnah vorhält und somit auch die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt. Hierzu können neben zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte (Solitärstandorte) beitragen.

Kleinmaschige
Nahversorgung

Hierfür sind jedoch folgende Voraussetzungen sicherzustellen.

Voraussetzungen



- Standorte für Nahversorgung sind auf Wohnsiedlungsbereiche bzw. Wohnquartiere zu konzentrieren (Integration).
- Die Umsatzleistung bzw. Umsatzerwartung solcher Betriebe bzw. Zentren sind in einem angemessenen Umfang zur zu versorgenden Bevölkerung zu bemessen. Anders formuliert sollte die Nahversorgung einer Stadt oder Gemeinde nicht auf wenige leistungsstarke und zentralisierte Betriebe konzentriert werden.
- Um den Bürgern eine mögliche Vielfalt unterschiedlicher Betriebsformen und Betreiber bieten zu können, ist auch die Angebotsvielfalt bei zukünftigen Entscheidungen einzubeziehen.

Hierzu müssen die Städte und Gemeinden natürlich die geeigneten Rahmenbedingungen aus Betreibersicht wie ausreichende Grundstücksgrößen sowie eine verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung schaffen. Zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung lassen sich nachfolgend grundsätzliche Empfehlungen aussprechen:

Rahmenbedingungen

Insbesondere der räumlichen Steuerung von Nahversorgungsbetrieben kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Hierbei sind nicht nur die Betriebe oberhalb der Großflächigkeitsgrenze mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche in die Betrachtung einzubeziehen, sondern auch so genannte strukturprägende Betriebe. So ist es in der Fachpraxis unstrittig, dass beispielsweise auch ein Betrieb mit 799 qm Verkaufsfläche erhebliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen haben kann. In den planungsrechtlichen Empfehlungen des Konzeptes werden daher auch zu diesen Betriebstypen sowie unterschiedlichen Standorteignungen Aussagen getroffen.

Räumliche Steuerung

Grundlage der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen ist zunächst die Identifizierung räumlicher Versorgungslücken. Dies kann sich sowohl auf einzelne Ortsteile als auch auf Wohnsiedlungsbereiche beziehen. Insbesondere in ländlich strukturierten Bereichen übernehmen hierbei auch kleinere Ortsteile Versorgungsfunktion für umliegende Räume.

Lücken identifizieren

Erste Erfahrungen aus dem Modellprojekt „Die Zukunft der Nachbarschaftsläden“⁹ haben gezeigt, dass oftmals auch örtliche Betreiber oder kleine Standortgemeinschaften von Betreibern Nahversorgungsfunktionen wahrnehmen können, wenn die wirtschaftliche Tragfähigkeit für die üblichen Marktformate nicht gegeben ist.

⁹ Das Modellprojekt mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen hat sich zum Ziel gesetzt, wirtschaftlich tragfähige Kleinflächenkonzepte aufzuzeigen. Beteiligte dieses Projektes sind neben der BBE Münster die Städte Bielefeld, Paderborn und Porta Westfalica, der Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe e.V. sowie die Betreiber EDEKA Minden-Hannover eG sowie Max LÜNING GmbH.

Abb. 4: Beispiele Kleinflächenkonzepte



Quelle: eigene Fotos

Ebenfalls konnte im obigen Modellprojekt die Erkenntnis gewonnen werden, dass insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit sowie eine ausreichende Stellplatzsituation Nahversorgungsstrukturen nicht nur befördern, sondern auch sichern helfen.

Erreichbarkeit

Dem Ausbau sowie der Sicherung bestehender Betriebe kommt bei der Aufrechterhaltung der Versorgungsstrukturen eine höhere Bedeutung als möglichen Neuerrichtungen zu. Mögliche freie Potenziale sind daher zunächst auf diese Betriebsstätten zu lenken, sofern sie die notwendige Integration und somit auch Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Bestandssicherung vor
Neuerrichtung

Durch die Integration zusätzlicher Funktionen wie Gastronomie, Dienstleistungen oder Gemeinbedarfseinrichtungen wird die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und somit möglicherweise auch die Voraussetzungen zur Entwicklung von Nahversorgungszentren eingeleitet.

Neben den marktüblichen Formaten und Betreibern können auch sonstige Akteure durchaus Versorgungsfunktionen übernehmen. Hierbei seien u.a. Wochenmärkte oder mobiler Handel erwähnt, die sich in vielen Fällen nicht nur durch ihre Nähe zum Verbraucher, sondern auch zum Produzenten auszeichnen.

Sonstige Betreiber

Angesichts der bereits heute deutlich erkennbaren Strukturbrüche sowie der daraus resultierenden städtebaulichen Folgen ist ein planerischer und behutsamer Umgang mit zukünftigen Entwicklungen der Nahversorgung wichtiger denn je.



3 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandels-spezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst die Analyse der wesentlichen Rahmenbedingungen und relevanten Standortfaktoren, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Werther auswirken können.

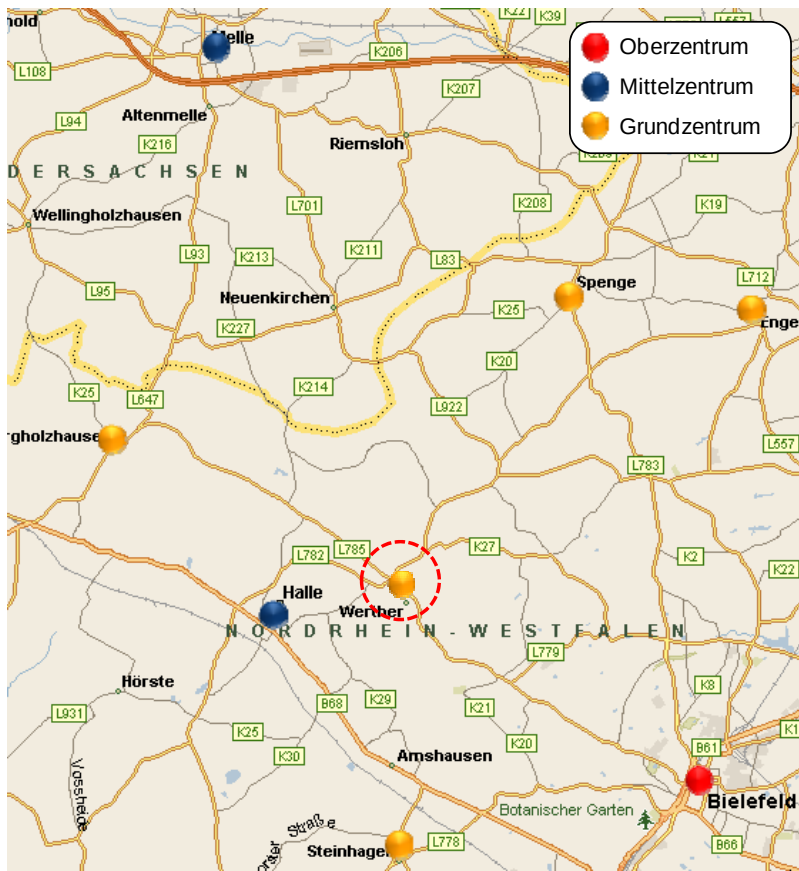
3.1 Wirtschaftsräumliche und standortrelevante Rahmenbedingungen

3.1.1 Räumliche Lage und zentralörtliche Bedeutung

Werther ist eine kreisangehörige Stadt im Kreis Gütersloh innerhalb der Region Ostwestfalen-Lippe. Im Osten grenzt sie an die kreisfreie Stadt Bielefeld, sowie im Süden an die Stadt Halle (Westf.), im Westen an Borgholzhausen, im Nordwesten an Melle in Niedersachsen und im Norden an Spenge.

Lage im Raum

Abb. 5: Räumliche Lage



Quelle: MapPoint 2010; eigene Darstellung

Aus Sicht der Landes- und Regionalplanung sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Der Stadt Werther wird in diesem Zusammenhang die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Damit übernimmt sie im wesentlichen Versorgungsfunktion für die örtliche Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs.¹⁰

Ausgewiesenes
Grundzentrum

3.1.2 Stellung in der Region & regionale Angebotssituation

Durch die räumliche Lage befindet sich der Einzelhandelsstandort Werther im Wesentlichen im Wettbewerb mit dem Oberzentrum Bielefeld und der Kreisstadt Gütersloh. Gewisse Einkaufsverflechtungen bestehen darüber hinaus mit dem Mittelzentrum Halle (Westf.) sowie den angren-

Wettbewerbsstandorte
Bielefeld, Gütersloh

¹⁰ Grundzentren dienen dabei aus landesplanerischer Sicht dem Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung, so dass es auf dieser Zentralitätsebene vorrangig um Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung geht. Grundversorgung ist dabei im Schwerpunkt als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs zu verstehen. Darüber hinaus umfasst sie auch ergänzend die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

zenden Grundzentren. Aufgrund der räumlichen Nähe sowie der guten verkehrlichen Erreichbarkeit sollen nachfolgend das Oberzentrum sowie die Kreisstadt Gütersloh in einem städtebaulichen Kurzprofil kurz beschrieben werden.

Das Oberzentrum Bielefeld mit seiner attraktiven Innenstadt sowie den leistungsfähigen Fachmarktstandorten ist der größte und leistungsfähigste Angebotsstandort innerhalb der Region Ostwestfalen-Lippe.

Oberzentrum Bielefeld

Abb. 6: Städtebauliches Kurzprofil Bielefeld



Räumliche Entfernung	12 km
Versorgungsfunktion	Oberzentrum
Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich	geschlossene Lauflagen insbesondere entlang der Bahnhofstraße, Altstadt, Wilhelmstraße räumliche Ausdehnung von ca. 600 m
Nutzungs- / Angebotsgefüge	verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge nicht nur im Bereich Einzelhandel, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen bzw. Einrichtungen des Gemeinbedarfs, Gastronomie und Dienstleistung
Angebotsbesatz, Angebotsniveau / -genre, Filialisierungsgrad	neben kleinteiligen Angebotsstrukturen auch großflächige (Filial-)Betriebe vielseitiges Angebot in allen Bedarfsbereichen
Zentrenprägende Anbieter / Magnetbetriebe	GALERIA KAUFHOF, P&C, SATURN
Städtebauliches Erscheinungsbild (Innenstadt) / Gestaltung öffentlicher Raum	attraktives Stadtbild mit überwiegend moderner Bausubstanz stadtbildprägend: historisches Rathaus
Fachmarktstandorte (u.a.)	Südring (u.a. IKEA, OBI etc.) Sennestadt (u.a. RATIO, MARKTKAUF etc.) Hillegossen (u.a. PORTA)

Kurzbeurteilung:

Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Bielefeld sowie die leistungsfähigen Fachmarktstandorte stellen den größten Angebotsstandort innerhalb der Region Ostwestfalen-Lippe dar.

Quelle: Amtliche topographische Karten NRW; eigene Darstellung; eigene Fotos

Auch die Kreisstadt Gütersloh als großes Mittelzentrum der Region übt eine hohe Anziehungskraft auf Bürger aus Werther auf, was durch die Errichtung eines weiteren Fachmarktstandortes (Sortimentsschwerpunkt Möbel/Einrichtung) noch verstärkt werden dürfte.

Gütersloh

Abb. 7: Städtebauliches Kurzprofil Gütersloh

Räumliche Entfernung	26 km
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum
Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich	Hauptgeschäftsbereich entlang der Berliner Straße, Königsstraße und dem Kolbeplatz räumliche Ausdehnung von ca. 400 m
Nutzungs- / Angebotsgefüge	baulich geschlossene Raumstruktur mit hoher Nutzungsdichte; durchgängige Einzelhandelsstruktur mit hoher Besatzdichte; teilweise großflächige Betriebe
Angebotsbesatz, Angebotsniveau / -genre, Filialisierungsgrad	gutes und vielseitiges Angebot in allen Bedarfsbereichen
Zentrenprägende Anbieter / Magnetbetriebe	KARSTADT, KLINGENTHAL
Städtebauliches Erscheinungsbild (Innenstadt) / Gestaltung öffentlicher Raum	attraktives Stadtbild stadtbildprägend: verschiedene Platzlösungen
Fachmarktstandorte (u.a.)	Hans-Böckler-Straße (u.a. MARKTKAUF) KAMP-GALERIE Am Anger (u.a. REAL)

Kurzbeurteilung:

Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Gütersloh weist insgesamt attraktive Angebots- und Versorgungsstrukturen auf.

Quelle: Amtliche topographische Karten NRW; eigene Darstellung; eigene Fotos

Neben den vorstehend kurz beschriebenen Wettbewerbsstandorten gibt es darüber hinaus auch Verflechtungen mit weiteren Städten, denen jedoch nicht der Stellenwert zuzumessen ist wie den benannten.

3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Die Stadt Werther setzt sich neben der eigentlichen Kernstadt aus den Siedlungsbereichen Häger, Isingdorf, Rotenhagen, Rotingdorf, Schröttinghausen und Theenhausen zusammen, wobei lediglich Werther, Häger und Theenhausen geschlossene Ortschaften sind. Im Kernbereich des Ortes verfügt die Stadt dabei über überwiegend kompakte Siedlungsstrukturen. Die höchste Verdichtung und Nutzungsmischung findet sich insbesondere im Bereich Ravensberger Straße, Markt, Rosenstraße, Venghausplatz und in unmittelbar angrenzenden Straßen.

Die Stadt weist Ende 2010 insgesamt 11.455 Einwohner (ohne Zweitwohnsitze) auf. Das statistische Amt des Landes NRW (it.nrw) prognostiziert für die Stadt entsprechend dem allgemeinen demografischen Trend, wenngleich in einem geringen Maße, eine sinkende Bevölkerungszahl in den nächsten Jahren.

Siedlungsstruktur

Bevölkerungsstand /
-entwicklung**Abb. 8: Bevölkerungsprognose**

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2008 (Basisjahr)	11.640	---
2015	11.650	0,1%
2020	11.670	0,3%
2025	11.630	-0,1%
2030	11.520	-1,0%
Saldo Basisjahr - 2030	-120	---

Quelle: it.nrw; eigene Berechnung

3.1.4 Städtebauliche Ausgangssituation

Die Stadt Werther verfügt über relativ kompakte Siedlungsstrukturen in ihrem Ortskern. Rund um den Markt, die Ravensberger Straße sowie den Venghausplatz sind überwiegend zwei- und dreigeschossige Be-

Relativ kompakte
Strukturen

bauungsstrukturen anzutreffen, die im Erdgeschoss größtenteils durch gewerbliche Zwecke genutzt werden.

Bedingt auch durch die verkehrsberuhigenden Maßnahmen sowie eine ansprechende Platzgestaltung im Bereich des Marktes und des Venghausplatzes ist eine insgesamt gute Verweilqualität festzustellen.

Gute Verweilqualität

Das Ortsbild wird darüber hinaus durch einige regionaltypische Fachwerkhäuser bestimmt, so dass sich der Ortskern somit auch als unverwechselbar präsentiert.

Unverwechselbares
Ortsbild

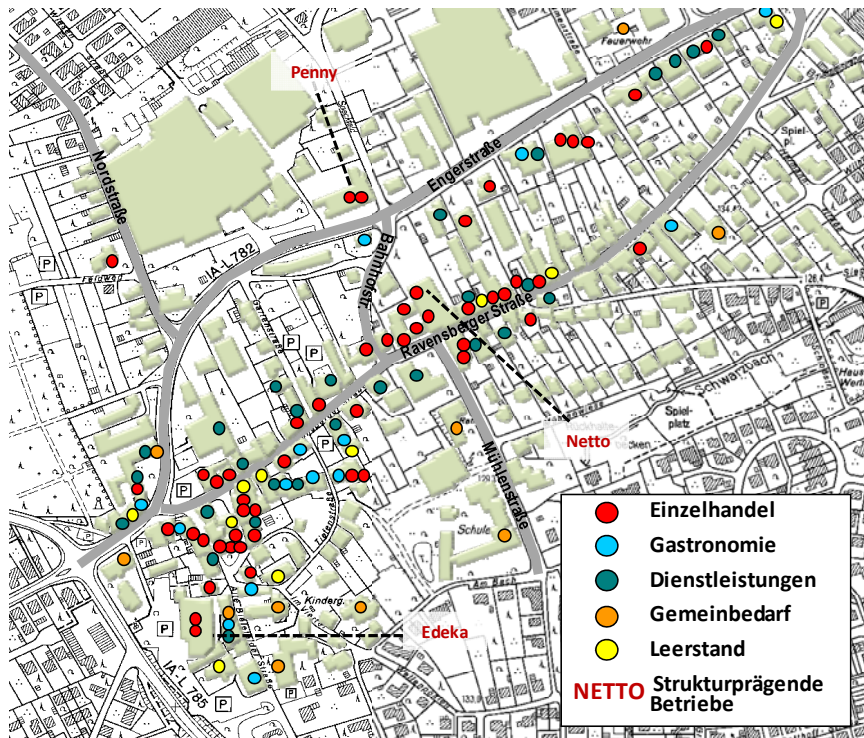
Abb. 9: Fotos Ortskern



Quelle: eigene Fotos

Neben den überwiegend kleinteiligen Gebäude- und Nutzungsstrukturen ist es in jüngster Vergangenheit gelungen auch weitere größere Betriebsstätten (insbesondere NETTO) in die gewachsenen Strukturen des Stadtkerns einzubinden.

Abb. 10: Karte Nutzungsmischung Ortskern



Quelle: DGK, eigene Darstellung

In der Erschließung kommt der Landessstraße L 782 (Engerstraße) eine besondere Bedeutung zu, hat aber auch gleichzeitig eine gewisse Barrierewirkung zwischen der gewachsenen Kernstadt sowie den jenseits der Straße liegenden Nutzungen.

Barrierewirkung
Engerstraße

Im eigentlichen Kernstadtbereich sind derzeit keine größeren Potenzialflächen für großflächigen Handel erkennbar, so dass angesichts möglicher Entwicklungen auf dem WEKO Gelände Art und Umfang der Nutzungen auch hinsichtlich möglicher Wechselwirkungen zur Kernstadt betrachtet werden müssen.

Nutzungen WEKO-
Gelände?

3.2 Analyse der Angebotsstrukturen

Die Analyse der Nachfragestruktur erfolgt auf Basis aktueller Marktforschungsergebnisse sowie der örtlichen Einwohnerentwicklung. Die Ergebnisse der Analyse bilden die Grundlage für die Gegenüberstellung mit den Erhebungen der Angebotsstrukturen und sind somit wesentliches Merkmal der Leistungsfähigkeit des örtlichen Handels. Anhand wesentlicher Leistungskennziffern kann auch die örtliche Einzelhandels-situation mit anderen Städten und Gemeinden verglichen werden.



3.2.1 Betriebe und Sortimente

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden die Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Kern- und Teilsortimenten erhoben und bewertet.¹¹ Im Stadtgebiet sind hierbei insgesamt 66 Einzelhandelsbetriebe mit einem stationären Ladenlokal erhoben worden, wobei nahezu alle Betriebe innerhalb des Hauptsiedlungsraumes anzutreffen sind.

66 Einzelhandelsbetriebe

Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln nehmen dabei erwartungsgemäß eine hervorgehobene Stellung ein. Über die Hälfte aller Betriebsstätten ist dieser Sortimentsgruppe zuzuordnen.

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 110 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Es bleibt festzuhalten, dass auf Abteilungsebene nahezu alle Angebotsstrukturen mehrfach besetzt sind.

110 Teilsortimente

¹¹ Die Erhebung wurde durch qualifizierte Berater der BBE Handelsberatung Münster durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibilität geprüft. Die Erhebung erfolgt sortimentsgenau, d.h. dass eventuell vorhandene Randsortimente nicht dem dort vorhandenen Hauptsortiment zugerechnet worden sind, sondern separat erhoben wurden.

Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft, um somit letztendlich auch eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen. Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Baustoffhändler oder Autohäuser. Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie Mobiler Handel, Automatenverkauf, Hofverkauf / Wochenmärkte, Streuanbieter, Fabrikverkauf. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.

Abb. 11: Betriebe und Sortimente in Werther

Warengruppe	Betriebe	Sortimente	Betriebe 2007	Veränderung
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten	nach Kernsortimenten	in %
Nahrungs- und Genußmittel	20	23	24	-17%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	10	15	8	25%
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	4	11	6	-33%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	34	49	38	-11%
Bekleidung/Wäsche	7	14	9	-22%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3	4	2	50%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	7	6	7	0%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	2	10	2	0%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	3	3	6	-50%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	22	37	26	-15%
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	1	2	2	-50%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1	4	2	-50%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	6	6	5	20%
Uhren/Schmuck	0	3	5	-100%
Sonstiges	2	9		
Überwiegend langfristiger Bedarf	10	24	14	-29%
Gesamt (ohne Leerstände)	66	110	78	-15%

Quelle: eigene Erhebungen

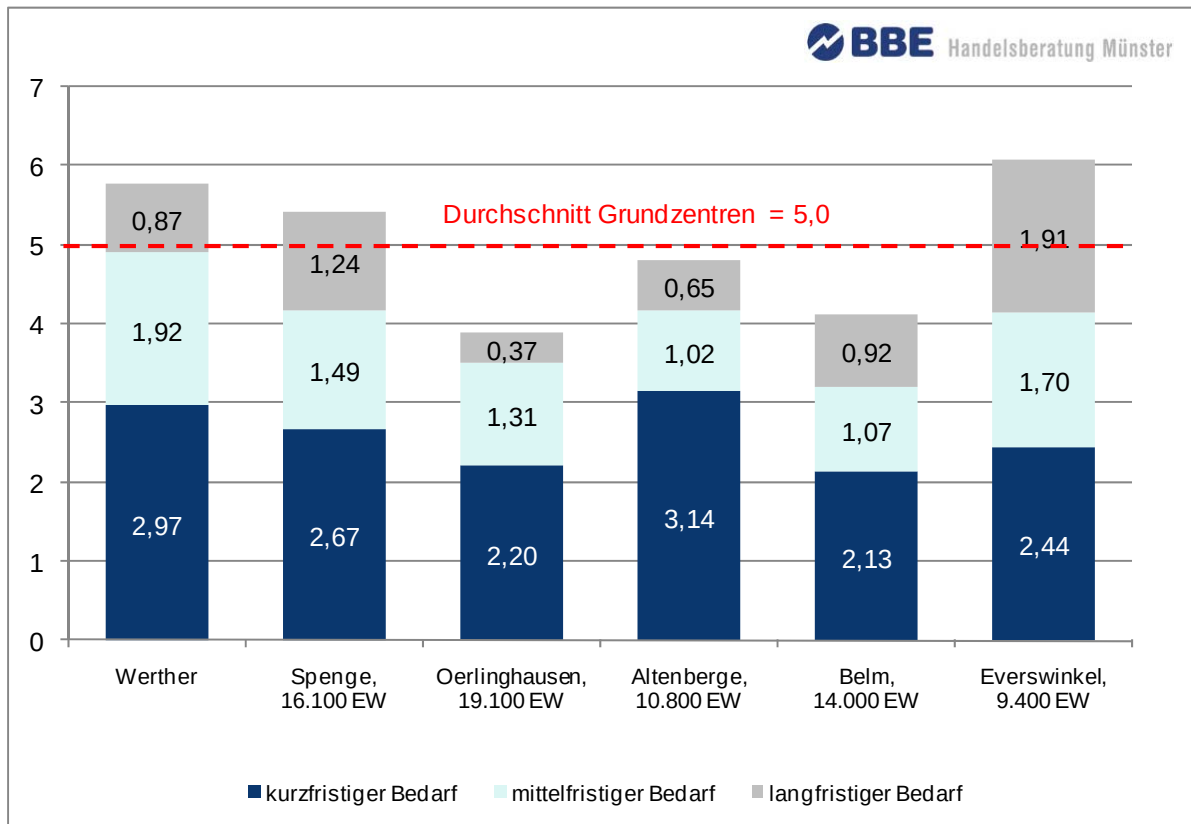
Gegenüber der letzten Betriebsstättenerhebung in 2007 hat sich die Anzahl der Betriebe um 12 verringert, wobei sich allerdings kein eindeutiger Schwerpunkt auf bestimmte Bedarfsdeckungsbereiche ergibt.

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Grundzentren liegt die Angebotsdichte – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 5,8 Betriebsstätten über einem in Grundzentren durchschnittlichen Wert von etwa 5,0 Betriebsstätten je 1.000 Einwohner. Dies ist angesichts der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Bielefeld bemerkenswert.

Rückläufige
Betriebsstätten

Überdurchschnittliche
Betriebsstättendichte

Abb. 12: Betriebsstättendichte im Kommunalvergleich



Quelle: eigene Auswertung und Darstellung

3.2.2 Verkaufsflächen

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 11.700 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht einer Flächenausstattung von rd. 1,0 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

Verkaufsflächenbesatz:
11.700 qm

Abb. 13: Verkaufsflächen in Werther

BBE Handelsberatung Münster				
Warengruppe	Verkaufsfläche	Flächen- ausstattung	Verkaufsfläche 2007	Veränderung
	in qm	in qm je Einwohner	in qm	in %
Nahrungs- und Genußmittel	5.707	0,50	4.305	33%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	1.104	0,10	1.340	-18%
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	466	0,04	430	8%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	7.277	0,64	6.075	20%
Bekleidung/Wäsche	1.181	0,10	890	33%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	340	0,03	270	26%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	910	0,08	1.210	-25%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	350	0,03	330	6%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	420	0,04	730	-42%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	3.201	0,28	3.430	-7%
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	120	0,01	250	-52%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	263	0,02	190	38%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	530	0,05	440	20%
Uhren/Schmuck	39	0,00		
Sonstiges	229	0,02	615	-63%
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.181	0,10	1.495	-21%
Gesamt (ohne Leerstände)	11.659	1,02	11.000	6%

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Mit rd. 1,0 qm Verkaufsfläche je Einwohner liegt die Ausstattung in Werther im Durchschnitt vergleichbarer Grundzentren. Entgegen der (rückläufigen) Betriebsstättenentwicklung ist die Verkaufsfläche in Werther angestiegen und entspricht somit der generellen Entwicklung steigender Verkaufsflächen pro Betriebsstätte.

Als Besonderheit ist allerdings auszumachen, dass sich ein erheblicher Teil der Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel außerhalb des Ortskerns befindet. Die größten Zuwächse sind insbesondere durch die Errichtungen bzw. Verlagerungen innerhalb des Standortes ESCH zu verzeichnen.

3.2.3 Nahversorgung

Einen besonderen Stellenwert für die Bewertung der Einzelhandelsstrukturen, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein.

Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden, die sich in räumlicher Nähe zum Wohnstand-

Größere Betriebsstätten

Definition

ort des Bürgers befindet. Zu den Gütern der kurzfristigen Bedarfsdeckung werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik gezählt. Die quantitative, strukturelle und räumliche Ausstattung der Nahversorgung in der Stadt Werther wird im Folgenden aufgezeigt.

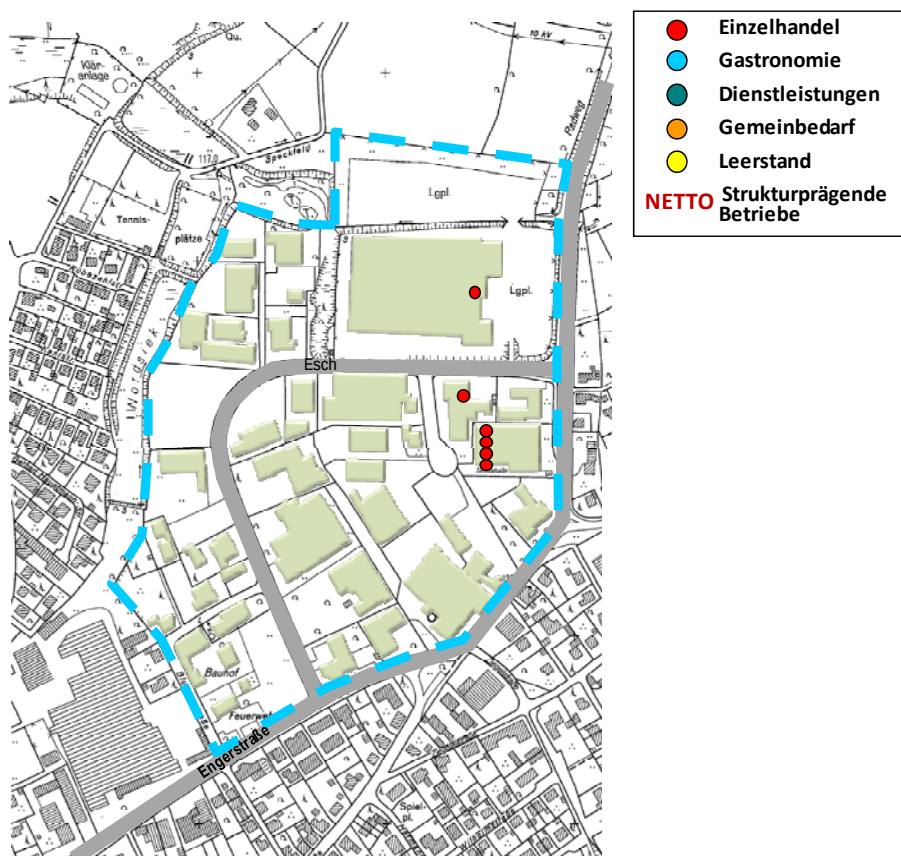
Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Werther mit 0,5 qm Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel je Einwohner zum Zeitpunkt der Erhebung als eher überdurchschnittliche Ausstattung dar. Neben zwei Vollsortimentern gibt es drei Discountmärkte allerdings ohne den Besitz eines der beiden Marktführer. Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Fachmärkten sowie kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern sowie Fachgeschäften etc. zu finden.

Eher überdurchschnittliche Ausstattung

Als leistungsfähiger Verbundstandort hat sich der Standort im Gewerbegebiet ESCH entwickelt, der insbesondere aus der Verbindung von Vollsortiment und Discount seine Anziehungskraft auf viele Verbraucher ausübt.

Verbundstandort ESCH

Abb. 14: Karte Verbundstandort



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Neben einer rein quantitativen Bewertung ist auch eine qualitative Beurteilung der Nahversorgungssituation unabdingbar. In diesem Zusammenhang stehen u.a. die Erreichbarkeit bzw. Lage der Nahversorgungs-

Geringe Magnetfunktion in Werther



betriebe und damit eine verbrauchernahe Versorgung im Fokus. Während der genannte Verbundstandort vorrangig eine auf den Individualverkehr fokussierte Versorgungsfunktion übernimmt, kann insbesondere für den Stadtkern festgestellt werden, dass die dort ansässigen größeren Lebensmittelanbieter wesentliche Magnetfunktionen für die Kernstadt übernehmen.

Eine gewisse Sonderrolle nimmt hierbei der Discountmarkt des Betreibers PENNY ein, der aufgrund seiner Dimensionierung sowie der Trennwirkung der Enger Straße nur geringe Synergieeffekte für den sonstigen Besatz generiert.

Marktstellung PENNY

3.3 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

3.3.1 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet und damit für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten werden neben der Zahl der Einwohner (Bedarfsträger) im Untersuchungsraum die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben¹² zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind für das Jahr 2011 pro Kopf insgesamt 5.694 € einzelhandelsrelevant.

Verbrauchsausgaben

Diese Verbrauchsausgaben werden nunmehr mit einem Faktor gewichtet, welcher detailliert Auskunft über die Struktur und Größe der potenziell für den Einzelhandel in Frage kommenden Einkünfte der ortsansässigen Verbraucher gibt. Dieser Aspekt wird durch die Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer in die Potenzialermittlung eingearbeitet. Die IBH RETAIL CONSULTANTS, Köln, weisen für das Jahr 2011 in der Stadt Werther eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 102,4 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit um 2,4 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt.

Kaufkraftkennziffer
Werther: 102,4 %

Die Verbrauchsausgaben werden zusätzlich mit der Elastizität der Nachfrage gewichtet, da diese in unterschiedlichen Sortimenten durchaus differieren können. Dies bedeutet, dass bei einem höheren Kaufkraftni-

Elastizitätsfaktor

¹² Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u.a. Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u.a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

veau die Ausgabenbereitschaft beispielsweise bei Gütern des mittelfristigen Bedarfes nicht im gleichen Verhältnis wie z.B. bei Gütern des langfristigen Bedarfes angehoben wird. Diesem Phänomen wird durch einen Elastizitätsfaktor Rechnung getragen.

Hieraus ergibt sich für die Stadt Werther über alle Warengruppen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.834 € im Jahr. Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 66,8 Mio. € für das Jahr 2011 ermitteln.

Einzelhandelsrelevantes
Kaufkraftpotenzial in
Werther

Abb. 15: Kaufkraftpotenzial in Werther

BBE Handelsberatung Münster

Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	102,43	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	im Gebiet
Einwohner:	11.455	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in T€ zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel		2.144	2.192	25.113
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.		899	912	10.444
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		205	213	2.435
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		3.248	3.317	37.991
Bekleidung/Wäsche		452	469	5.374
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		122	127	1.449
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen		703	712	8.154
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		64	66	757
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		204	211	2.423
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.545	1.585	18.156
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		339	351	4.019
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		147	152	1.739
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto		324	335	3.833
Uhren/Schmuck		50	53	602
Sonstiges		42	43	492
Überwiegend langfristiger Bedarf		901	933	10.684
Gesamt		5.694	5.834	66.831

Quelle: IBH RETAIL CONSULTANTS, Köln, 2011

3.3.2 Kaufkraftbindungsquoten

Auf Basis der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wurde eine Analyse der Kaufkraftbindungsquoten durchgeführt. Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der getätigte Umsatz der örtlichen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebiets zusammensetzt, sowie die Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Nachfragepotenzial) herangezogen wer-

Umsatz-Kaufkraft-
Relation

den. Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse stärker als die Zuflüsse; bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze wurden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d.h. sortimentspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der vor-Ort-Begehung angepasst werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

In der Stadt Werther wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 43,1 Mio. € realisiert.

Einzelhandelsumsatz

43,1 Mio. €

Abb. 16: Bindungsquoten in Werther

BBE Handelsberatung Münster				
Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2010	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2007
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genußmittel	21.790	25.113	86,8%	77%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	6.777	10.444	64,9%	81%
Schreibwaren/Zeitung/Zeitschriften/Bücher	1.805	2.435	74,1%	62%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	30.371	37.991	79,9%	77%
Bekleidung/Wäsche	3.200	5.374	59,5%	35%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.029	1.449	71,0%	70%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	1.930	8.154	23,7%	26%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	---	757	---	32%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	1.461	2.423	60,3%	48%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	8.514	18.156	46,9%	35%
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	---	4.019	---	13%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	---	1.739	---	36%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	2.020	3.833	52,7%	28%
Uhren/Schmuck	---	602	---	---
Sonstiges	849	492	---	---
Überwiegend langfristiger Bedarf	4.199	10.684	32,9%	23%
Gesamt	43.084	66.831	63,7%	55%

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Eine vollständige Kaufkraftbindung von 100 % ist dabei allerdings zunächst eine rechnerische (Ziel-)Größe, die in den einzelnen Warengruppen und Sortimenten teilweise deutlich abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Gemeinde oder eines Standortes auch von der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebsformen des Handels abhängen kann.



In einer vertiefenden Betrachtung sind die prozentualen Bindungswerte für Waren des kurzfristigen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie / Parfümerie / Kosmetik) sowie bei Schuhen und Bekleidung am höchsten zu beziffern. Auch hat sich die Kaufkraftbindung gegenüber dem Erhebungsjahr 2007 erhöht, auch hier vorrangig im Bereich der Nahversorgung.

Höchste Bindung bei
Nahversorgung

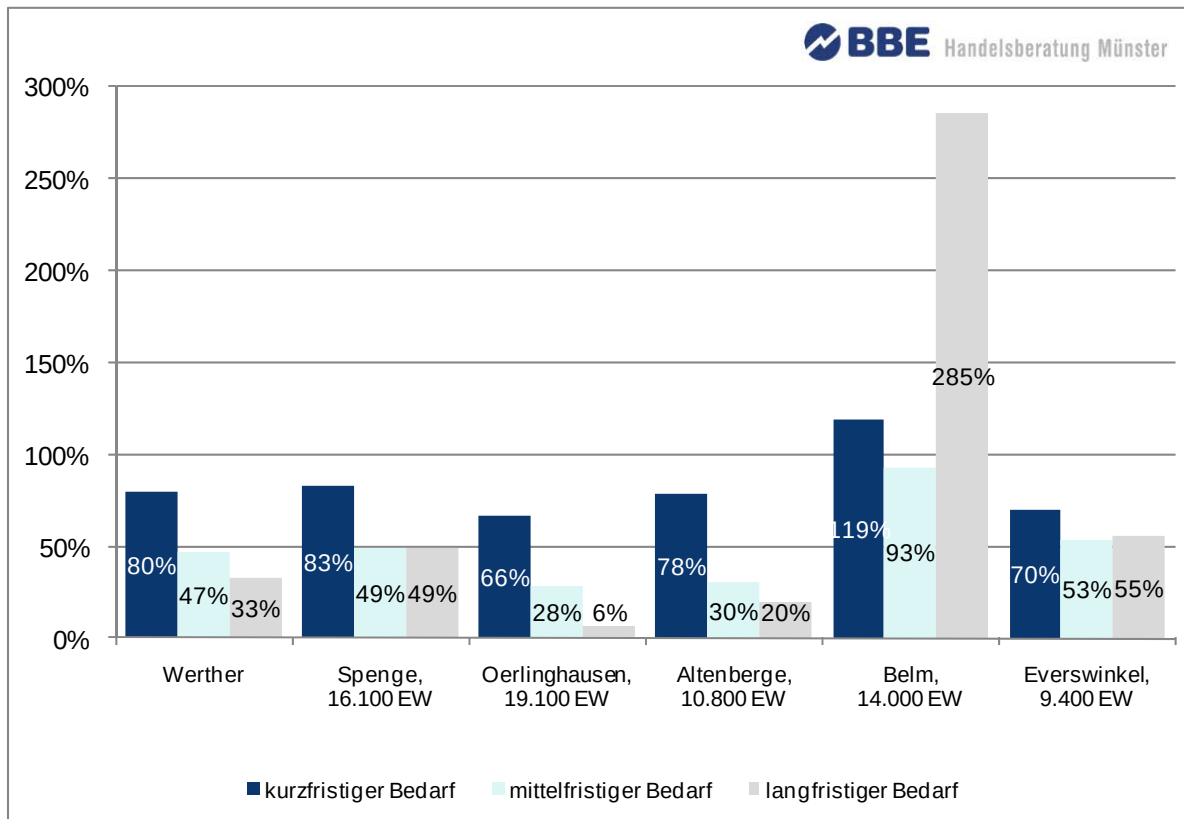
Angesichts dieser Ergebnisse ist die Versorgungssituation wie folgt zu bewerten:

- Die Versorgung der Bevölkerung mit Nahversorgungsangeboten ist insgesamt als sehr gut anzusehen. Größere Entwicklungspotenziale in diesem Bereich sind nicht erkennbar.
- Größere Versorgungsdefizite sind in nahezu allen sonstigen Sortimenten festzustellen. Allerdings muss hierzu auch angemerkt werden, dass sich innerhalb einiger Branchen eine wirtschaftliche Tragfähigkeit erst ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße und somit auch einer entsprechenden Größe des wirtschaftlichen Einzugsgebietes erreichen lässt.
- Auch wenn sich aufgrund der fehlenden wirtschaftlichen Tragfähigkeiten nicht in allen Sortimenten die Versorgungssituation verbessern lässt, so muss es doch Ziel sein, insgesamt die wohnungsnah Versorgung der örtlichen Bevölkerung zu verbessern.

Versorgungssituation

Der interkommunale Vergleich mit anderen Grundzentren stellt sich wie folgt dar:

Abb. 17: Bindungsquoten im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.4 Entwicklungspotenziale in Werther

Die Situationsanalyse, hier insbesondere die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relationen, hat einen ersten Fingerzeig auf Defizite aber auch mögliche Entwicklungschancen des örtlichen Einzelhandels aufgezeigt. Gleichwohl ist die Erreichung einer vollständigen Kaufkraftbindung in einem Grundzentrum zunächst einmal lediglich ein rechnerischer Wert.

Neben dem grundsätzlichen Einwohner- und somit auch Verbraucherpotenzial spielen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmter Vorhaben oder Betreiber auch die Nähe zu konkurrierenden Wettbewerbsstandorten sowie deren Wettbewerbsqualität oder auch die räumliche Verteilung der Bevölkerung auf mögliche Siedlungsbereiche und Ortsteile eine wesentliche Rolle.

Auch hat der so genannte „Größensprung“ bestimmter Betriebsformen und Betreiber im Einzelhandel zum einen zu einer Ausweitung wirtschaftlich notwendiger Einzugsgebiete einzelner Vorhaben geführt, zum anderen aber auch die Entwicklungschancen an anderen Standorten deutlich eingeschränkt.

Erste Hinweise
aus den UKR

Faktoren der
wirtschaftlichen
Tragfähigkeit

Größensprung der
Vorhaben

Dies lässt sich insbesondere an den Entwicklungen im Bereich der Bau- und Gartenfachmärkte ablesen. Hier ist die Markteintrittsgröße der regional und überregional agierenden Anbieter auf i.d.R. mindestens 5.000 – 8.000 qm Verkaufsfläche angestiegen, was somit auch einen wirtschaftlichen Einzugsbereich von mindestens 30.000 Verbrauchern voraussetzt.

Allerdings haben in vielen Städten und Gemeinden kleinere Fachmärkte für Garten-, Tier- und landwirtschaftlichen Bedarf zumindest Teilfunktionen übernommen. Diese oftmals genossenschaftlich organisierten Betriebe können durch Einbindung von Nischenkonzepten wie Reitsport oder Angelbedarf ihre Wirtschaftlichkeit auch auf kleinerer Fläche darstellen.

Abb. 18: Beispiele kleinerer Garten- und Zoofachmärkte



Quelle: eigene Fotos

Oftmals hat sich der klassische inhabergeführte Einrichtungshandel in vielen Städten und Gemeinden aufgrund des Wettbewerbs zurückziehen müssen. Verstärkt wird diese Entwicklung auch durch das weiterhin anhaltende Flächenwachstum der großen Sortimentshäuser auch in der Region OWL. Für kleinere und mittlere Städte sind somit vorrangig die Besetzung von Nischen oder Spezialsortimenten denkbar.

Rückzug des
inhabergeführten
Einzelhandels

Abb. 19: Beispiele Fachmärkte Einrichtung



Quelle: eigene Fotos

Wenngleich somit bestimmte Angebotsformen und Betreiber in Werther auch zukünftig nicht vertreten sein werden, so ergeben sich doch gewisse, dann allerdings standortangepasste Entwicklungschancen. In diesem Zusammenhang spielt beim Ausnutzen möglicher Entwicklungspotenzia-

Standortangepasste
Entwicklungschancen



le des örtlichen Einzelhandels nicht nur ausschließlich die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine zentrale Rolle. Vielmehr kann eine höhere Kaufkraftbindung auch durch eine konzeptionelle Neuausgestaltung einzelner ortsansässiger Anbieter erzielt werden.

So zeigen Erfahrungen aus ähnlich gelagerten Projekten, dass durch eine (konzeptionelle) Umgestaltung und Aufwertung des Erscheinungsbildes – ggf. ergänzt durch gewisse Arrondierungsmaßnahmen – entsprechende Umsatzsteigerungen und damit auch eine höhere Kaufkraftbindung in den einzelnen Warengruppen erzielt werden können. Eine verbesserte Umsatz- und Ertragssituation trägt letztlich auch zur Sicherung der jeweiligen Betriebsstätte bei.

Trotz der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Bielefeld ist der Angebotsbesatz mit Gütern der persönlichen Ausstattung in Werther als gut einzuordnen. In diesen auch so genannten Lifestyle-Sortimenten haben sich in den letzten Jahren neben den Individualkonzepten verstärkt Flächenkonzepte oder auch vertikale Konzepte durchgesetzt. Diese Konzepte zeichnen sich dadurch aus, dass sich eine starre Trennung zwischen produzierender Industrie und örtlichem Handel mehr und mehr aufgelöst hat. Da sich zugleich das Angebot von dem systemgleicher Anbieter an anderen Orten nur geringfügig unterscheidet sowie eine eher konsumige Preislage bedient wird, hat sich in vielen kleineren Orten das Angebot in den Flächenkonzepten in den letzten Jahren erheblich verbreitert.

Dies stellt somit auch für Werther eine gewisse Chance der örtlichen Anbieter dar, sofern sie die entsprechenden Produkte nicht bereits heute anbieten. Gewisse Ansiedlungs- und Erweiterungschancen ergeben sich hier insbesondere durch kleinere Fachanbieter mit hoher Beratungs- und Serviceintensität.

An manchen Standorten finden sich auch Spezialisten, die aufgrund ihrer doch recht engen Zielgruppenorientierung oftmals regionale Einzugsgebiete generieren. Als Beispiele seien hier Fachanbieter für Sportartikel (Reitsport, Anglerbedarf, Outdoor, Skisport o.ä.) oder sonstigen Spezialangeboten wie Musikinstrumente, Jagdbedarf oder Brautmoden genannt. Allerdings werden in diesem Zusammenhang oftmals erhöhte Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit gestellt, um somit auch Ortsfremden eine leichte Anfahrt zu ermöglichen.

Die Anforderungen an die Objekteigenschaften differieren nach Branche und Betreiberkonzept recht deutlich. Während Fachmärkte in aller Regel eine Verkaufsflächendimensionierung von mindestens 300 qm Verkaufsfläche benötigen, sind Fachgeschäfte in wirtschaftlichen Größenordnungen in aller Regel schon mit etwa 80 bis 100 qm Verkaufsflächen zu führen.

Insbesondere Fachmärkte suchen die Nähe zu frequenzstarken Magnetbetrieben, weshalb die Verfügbarkeit entsprechender Flächen und Ob-

Persönliche Ausstattung

Chancen durch
Flächenkonzepte

Spezialanbieter

Anforderungen an
Objekte

Nähe zu Magnet-
betrieben



jekte in unmittelbarer Anbindung an den Magnetbetrieb förderlich sein kann.

3.5 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Werther

Der Einzelhandelsstandort Werther weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden:

- eine in der Summe zufriedenstellende bis gute Angebotssituation, zumeist geprägt durch größere Lebensmittelanbieter, aber auch einzelne inhabergeführte Fachgeschäfte wie z.B. SUDFELD
- die gute Einbindung der Magnetbetriebe EDEKA und NETTO in den Ortskern
- ein insgesamt attraktiver und unverwechselbarer städtebaulicher Rahmen
- kompakte Bau- und Nutzungsstrukturen im Ortskern, gekennzeichnet u.a. durch eine Durchmischung mit öffentlichen Einrichtungen, Dienstleistungseinrichtungen sowie gastronomischen Angeboten
- eine gute Ausstattung und Erreichbarkeit der Parkplätze
- eine stabile Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung
- eine gute Kaufkraft

Stärken

Diese Stärken gilt es zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln. Neben den obigen Stärken gibt es aber auch deutliche Schwächen. Dies sind:

- das Fehlen (erkennbarer) Potenzialflächen insbesondere für den großflächigen Handel innerhalb des Stadtkerns
- einen deutlichen Kaufkraftabfluss insbesondere bei mittel- und langfristigen Bedarfsartikeln
- der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz wird z.T. durch Wohnnutzung oder gewerbliche Nutzungen unterbrochen; dies führt zu einer insgesamt geringeren Nutzungsdichte bei einer räumlich höheren Ausdehnung
- teilweise nicht zeitgerechter Marktauftritt einiger Betriebsstätten

Schwächen

Ziel des Konzeptes muss es daher sein, die Rahmenbedingungen für eine angepasste Weiterentwicklung des Einzelhandels in Werther zu formulieren, um somit allen Beteiligten wie Kaufmannschaft, Rat, Verwal-



tung und Investoren nachvollziehbare und verlässliche Entscheidungsgrundlagen an die Hand zu geben.

Hierbei steht die Entwicklung des Ortskerns einerseits, das Fehlen jedoch geeigneter Flächen in diesem Bereich andererseits im Mittelpunkt eines möglichen Zielkonfliktes. Zur Erreichung der genannten Zielsetzungen ist der maßvolle Einsatz planungsrechtlicher Instrumentarien zur räumlichen Steuerung geplanter Einzelhandelsstandorte sowie zur Sicherung und Entwicklung bestehender Angebotsstrukturen erforderlich.

Zielkonflikt?



4 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

4.1 Zielvorstellungen der Einzelhandelsentwicklung

Die vorangestellte differenzierte städtebauliche und einzelhandelsrelevante Situationsanalyse der derzeitigen Ausgangssituation innerhalb der Stadt Werther stellt die Grundlage für konkrete Handlungsempfehlungen zur räumlich-funktionalen Steuerung des Einzelhandels und damit für eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung dar. Übergeordnetes Ziel ist hierbei die Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Werther im Hinblick auf seine kommunale Versorgungsaufgabe. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit der Fokussierung auf den Ortskernbereich zu sichern und zu entwickeln, eine weitgehend flächendeckende Grundversorgung zu gewährleisten sowie funktionale Ergänzungsstandorte vorzuhalten. Voraussetzung hierfür ist ein abgestuftes und aufeinander abgestimmtes Zielsystem.

Abgestuftes und
abgestimmtes
Zielsystem

Mit Hilfe nachfolgender Grundsätze, Leitlinien und Zielsetzungen soll ein Rahmen definiert werden, an den künftige Entscheidungen zu einzelhandelsrelevanten Fragestellungen gebunden sind. Dabei sind unterschiedliche Maßstäbe für die Entwicklung unterschiedlicher Standortkategorien anzusetzen. Das Einzelhandelskonzept muss für jede Standortkategorie und damit letztlich für jeden Standort des Einzelhandels innerhalb der Stadt konkrete Ziele und Handlungsanweisungen enthalten. Den rechtlichen Rahmen bilden hierzu insbesondere die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanungen sowie die Aussagen des BauGB sowie der BauNVO zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Einkaufszentren.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es bei der Formulierung nachfolgender Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu reglementieren, sondern mögliche Einzelhandelsentwicklungen auf bestimmte, städtebaulich verträgliche und geeignete Standorte zu fokussieren.

Keine Reglementierung
des Handels

Die Ziele für die Stadt Werther lassen sich wie folgt zusammenfassen.

Ziele der Stadt Werther

Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Stadt Werther

Wesentliche Zielsetzung in Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung ist die Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Werther als Grundzentrum, d.h. als Einzelhandelsstandort hinsichtlich seiner kommunalen Versorgungsaufgabe. Hiermit einher gehen die Sicherung sowie der Ausbau eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes, welches durch die Quantität des Angebotes (Anzahl



und Größe der Betriebsstätten) und seine qualitative Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Sortimentstiefe und –breite, Betriebsformen und –konzepte etc.) determiniert wird.

Stärkung und Weiterentwicklung des Ortszentrums (= zentraler Versorgungsbereich)

Das Ortszentrum von Werther stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort der Stadt dar. Das hier vorhandene Einzelhandelsangebot – ergänzt um weitere Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, handelsaffine Nutzungen etc.) – ist maßgeblich für die Attraktivität der Stadt als Einkaufsstandort verantwortlich. Ziel muss daher die Sicherung und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes in der Stadt Werther sein.¹³ Der Fokus zukünftiger Entwicklungen (insbesondere mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist daher auf den Hauptgeschäftsbereich zu legen. Dieser Standort genießt als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der gemeindlichen Zentrenstruktur.

Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung

Ziel muss es sein, dauerhaft tragfähige, stadtverträgliche und – räumlich wie funktional – ausgewogene Strukturen zu schaffen, welche die flächendeckende Nahversorgung der Bevölkerung langfristig und nachhaltig sicherstellen. Das bestehende Netz an Nahversorgungseinrichtungen muss erhalten und stabilisiert werden. Weitergehendes, noch bindbares Kaufkraftpotenzial sollte primär zur Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Gebieten verwendet werden. Hierbei dürfen von Nahversorgungsstandorten jedoch keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt hervorgerufen werden.

Ableitung funktionaler Ergänzungsstandorte & zentrenverträgliche Entwicklung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollen unter Berücksichtigung der allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Ziele sowie der Zentrenverträglichkeit solcher Vorhaben anbieter- und kundengerecht weiterentwickelt und Flächen zur Verfügung gestellt werden.

¹³ Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes wird dabei im entscheidenden Maße durch das Zusammenspiel aus quantitativer Ausstattung des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebsstätten, Verkaufsflächenausstattung etc.) sowie der qualitativen Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Betriebsformen, Sortimentstiefe etc.) einschließlich seiner Funktions- / Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie etc.) bestimmt.



Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

In den übrigen Standortlagen außerhalb der schützenswerten Bereiche soll eine restriktive Steuerung des Einzelhandels erfolgen. Betriebsstätten, die nicht strukturprägend sind, können hier zugelassen werden. Bereits bestehende Betriebe, die sich außerhalb der schützenswerten Lagen befinden, genießen Bestandsschutz. Hierdurch erhalten die Immobilienbesitzer und Betreiber verlässliche Aussagen zu verschiedenen Entwicklungsflächen und Standorten (Investitionssicherheit).

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Im Zusammenspiel mit vorgenannter Zielsetzung sollen diese Gebiete für ihre originär bestimmte Nutzung vorgehalten und eine unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen verhindert werden.

Die vorangestellten Zielvorstellungen der örtlichen Einzelhandelsentwicklung lassen sich je nach den örtlichen Ausgangsbedingungen jedoch nicht immer vollständig miteinander vereinbaren. Gerade in kleineren Städten und Gemeinden wie Werther lassen sich der Schutz und die Entwicklung der gewachsenen Ortskerne mit der Zielsetzung der Sicherung und des Ausbaus einer wohnungsnahen Versorgung häufig nicht ohne weiteres miteinander vereinbaren.

So ist angesichts der guten Ausstattung in der Stadt mit Angeboten der Nahversorgung der quantitative Spielraum zukünftiger Entwicklungen mit entsprechenden Angeboten eingeschränkt. Dies gilt auch vor dem Hintergrund des Bestandsschutzes am Altstandort ESCH, der somit die planungsrechtlichen Voraussetzungen für weitere Entwicklungen birgt.

Wenngleich kommunale Konzepte oder planungsrechtliche Festlegungen nicht der etwaigen Steuerung des Wettbewerbs dienen, so muss doch angesichts der guten Ausstattung bei weiteren Ansiedlungen befürchtet werden, dass insbesondere die Auswirkungen gegenüber den Magnetbetrieben im Zentrum möglicherweise auch städtebauliche Auswirkungen nach sich ziehen.

Vom Grundsatz her ist somit vorrangig eine Sicherung und Arrondierung des vorhandenen Besatzes zu empfehlen. Wie jedoch bereits erwähnt, entspricht insbesondere die Betriebsstätte PENNY nicht mehr den marktüblichen Standards, so dass vor diesem Hintergrund zu prüfen wäre, inwieweit Erweiterungsmöglichkeiten am bestehenden Standort vorhanden sind.

Zugleich ist die städtebauliche Ausgangssituation im Stadtkern zumindest als stabil zu bezeichnen, so dass diese im Zuge möglicher Planun-

Zielkonflikte?

Begrenzte Potenziale
Nahversorgung

Städtebauliche
Folgewirkungen

Sicherung
Nahversorgung

Schutz des Stadtkerns



gen außerhalb des Zentrums nicht in Mitleidenschaft gezogen werden sollte. Dem Schutz des Stadtkerns durch planungsrechtliche Steuerung der zentrenschädigenden bzw. eben der nicht zentrenschädigenden Sortimente kommt somit bei der mittelfristigen Entwicklung des Einzelhandels in Werther eine zentrale Bedeutung zu.

Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit sind zudem etwaig bestehende Zielkonflikte durch eine sachgerechte Abwägung der einzelnen Zielvorstellungen untereinander zu begegnen.

Zwischen den je nach Sortimentsstruktur¹⁴ jeweils unterschiedlichen Zielsetzungen ist nachfolgendes, aufeinander abgestimmtes Steuerungsinstrumentarium im Sinne einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung zur Umsetzung herzuleiten, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet:

- Zentren- und Standortkonzept (Konzept der Zentrenhierarchie)
- Ortsspezifische Sortimentsliste
- Ansiedlungsleitsätze und -regeln

Sachgerechte
Abwägung
ortsspezifischer
Zielkonflikte
Steuerungsinstrumentarium

¹⁴ Zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht-zentrenrelevant



5 Zentren- & Sortimentskonzept

Die nachfolgenden konzeptionellen Empfehlungen basieren sowohl auf den Untersuchungen und Analysen als auch den übergeordneten räumlichen Leitlinien und Entwicklungszielen.

Abstimmung mit
Arbeitskreis

5.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Der Landtag Nordrhein-Westfalen hat am 13. Juni 2007 den bisherigen § 24 Abs. 3 durch § 24a LEPro „Großflächiger Einzelhandel“ ersetzt. Neben dem seinerzeit novellierten § 24a LEPro wurde der so genannte Einzelhandelserlass NRW aktualisiert, der als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Vorgaben zusammenfasst und erläutert.

Grundlage § 24a LEPro

Das OVG NRW hat zwischenzeitlich in einem Urteil vom 30.9.2009 anlässlich der Zulassungsklage für ein Factory Outlet Center (OVG NRW 10 A 1676/08) festgestellt, dass der § 24a Abs. 1 Satz 3 LEPro kein verbindliches Ziel der Raumordnung darstellt und § 24a Abs. 1 Satz 1 in Verbindung mit Abs. 2 LEPro als Grundsatz der Raumordnung qualifiziert. Das Bundesverwaltungsgericht hat mit dem Beschluss vom 14. April 2010 (BVerwG 4 B 78/09) die Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision des OVG Urteils zurückgewiesen.

Qualifizierung als
Grundsatz der
Raumordnung

Dies bedeutet, dass die Kommunen bei der Bauleitplanung nicht mehr zwingend an die Vorgaben des Landes zum großflächigen Einzelhandel in § 24a LEPro gebunden sind, sondern davon in ihrer planerischen Abwägung begründet abweichen können. Es ist allerdings davon auszugehen, dass die Landesregierung eine Neuregelung der Steuerung des großflächigen Handels anstrebt.

Begründete
Abweichungen von 24a
LEPro möglich

Auch sind die rechtlichen Vorgaben des § 24a LEPro von vielen Städten und Gemeinden als planerische Zielsetzung auch unabhängig vom rechtlichen Status eines raumordnerischen Zieles in die kommunalen Konzepte übernommen und somit Ausdruck der planerischen Zielvorstellungen in den planenden Kommunen.

Übernahme in zahlreiche
kommunale Konzepte
auch ohne Zielcharakter
der Landesplanung

Dies wird auch durch eine aktuelle Umfrage bei etwa 200 Städten und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen bestätigt, die in einer großen Mehrheit auch angesichts der neuen rechtlichen Einordnung der Landesplanung ihre auf dem § 24 a LEPro basierenden Konzepte mit den darin enthaltenden Zielvorstellungen und Leitlinien weiterverfolgen.



5.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie

Auf Grundlage der durchgeführten Situationsanalyse sowie der definierten Leitlinien und Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werther ist das Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ hergeleitet worden, d.h. es sind die räumlichen Versorgungsschwerpunkte in ein hierarchisches Zentrenmodell integriert und den verschiedenen Einzelhandelsstandorten räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zugewiesen worden. Als Grundkonzept dient eine Zentrenhierarchie, bestehend aus zentralen Versorgungsbereichen, sonstigen Standorten (nicht großflächig) sowie einem Sonderstandort als Standort des nicht zentrenrelevanten großflächigen Handels.

Räumlich-funktionale
Arbeitsteilung

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung eines Einzelhandelsstandortes im Rahmen o.g. Zentrenhierarchie ist die vorhandene Einzelhandelsdichte bzw. Durchmischung mit weiteren Nutzungen. Hierbei sind u.a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwerpunkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Kriterien zur Festlegung
der zentralen
Versorgungsbereiche

Ein weiterer wesentlicher Aspekt zur Einstufung sind zudem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Werther. Dazu zählt beispielsweise insbesondere die Berücksichtigung der Sicherung und der Entwicklung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen.

Entwicklungs-
perspektiven

Ausgehend von diesen Bewertungskriterien lassen sich die Einzelhandelsstandorte mit wesentlicher Versorgungsfunktion folgendermaßen idealtypisch definieren:

Der bedeutendste Typ der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Werther ist der Stadtkern, in dem sich verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren. Angebotsschwerpunkt bei kleineren Städten ist in aller Regel die Nahversorgung, ergänzt um weitere mittel- und langfristige Warengruppen.

Hauptzentrum¹⁵

Ein weiterer wesentlicher Versorgungsschwerpunkt ist der Standort ESCH, an dem sich zum einen Anbieter mit Nahversorgungsangeboten, zum anderen aber auch Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt befinden.

Nahversorgungs-
standort?

Außerhalb der angesprochenen Standorte finden sich weitere nicht großflächige Angebotsstrukturen, die durch ihre räumliche Lage innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung, durchaus die Funktion einer wohnungsnahen Versorgung wahr-

Sonstige Standortlagen

¹⁵ Hauptzentren = zentrale Versorgungsbereiche: zu schützende und zu entwickelnde Bereiche u.a. im Sinne § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24a LEPro

nehmen können, aber aufgrund der geringen Größe oder nicht vorliegenden Nutzungsvielfalt keine Zentrenfunktion ausüben.

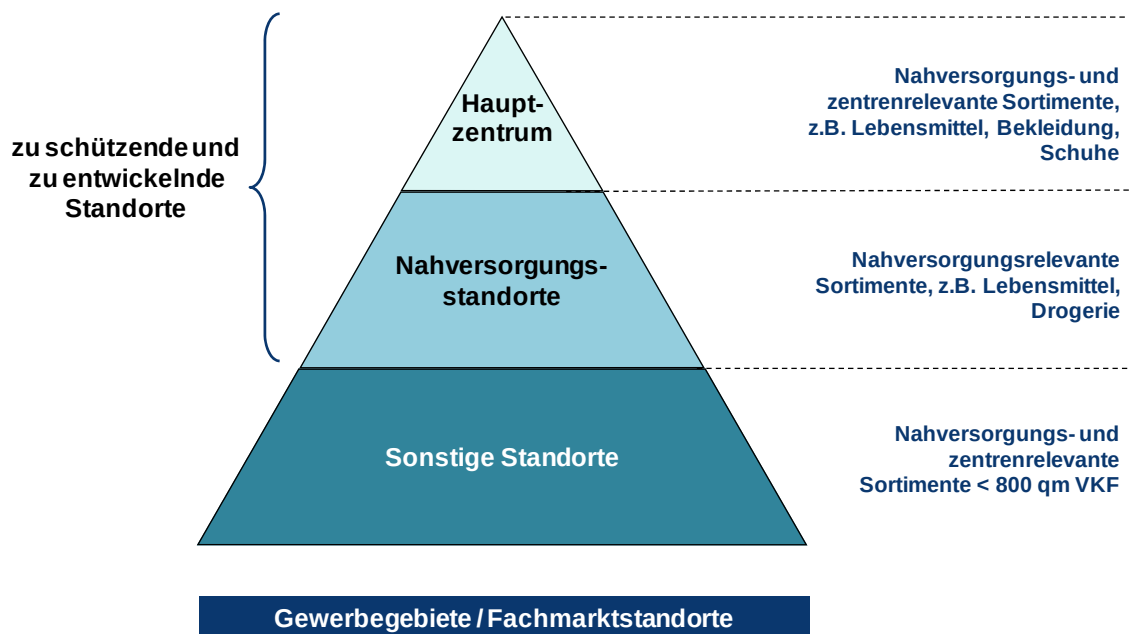
Neben den oben genannten Standorten werden im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimenten untereinander auch Standorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarktstandorte. Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei fehlender Dichte und Mischung mit anderen ortskernrelevanten Nutzungen charakterisieren. Prägend ist zudem ihre städtebaulich nicht integrierte Lage, oftmals in Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen.

Sonder- und
Fachmarktstandorte

Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen für die Stadt Werther nachfolgende Zentrenhierarchie:

Zentrenhierarchie

Abb. 20: Zentrenhierarchie der Stadt Werther



Quelle: eigene Darstellung

5.3 Zentrale Versorgungsbereiche

5.3.1 Herleitung zentraler Versorgungsbereiche

Die zentralen Versorgungsbereiche stellen die zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereiche insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Zentrengefüge dar. Die Innenstadt- und Ortszentren, städtischen Nebenzentren sowie die Nahversorgungs-

zentren sind somit städtebaurechtlich und landesplanerisch Schutzgüter im Sinne des BauGB, der BauNVO sowie des Landesentwicklungsprogramms NRW.¹⁶ Deren räumliche Abgrenzung sowie funktionale Zuordnung ist die wesentliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels gemäß angeführter Leitlinien und Zielvorstellungen (Kap. 4) im Rahmen der Bauleitplanung.

Dabei können sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen Verhältnissen.¹⁷

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung ist unter Berücksichtigung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorzunehmen und erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Werther, den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie der Zentrenkonzeption, in welcher der zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereich planerisch festgelegt wird.

Festlegung durch
die Stadt

Darüber hinaus sind die landesplanerischen Grundsätze zu beachten.

Vorgaben LEPro

Danach zeichnet sich ein zentraler Versorgungsbereich aus durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Als weitere relevante Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches lassen sich anführen:

Weitere Kriterien

- Funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheiten; Bebauungsstruktur

¹⁶ Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO), der bundesrechtlichen Leitsätze zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB), der planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich (§ 34 Abs. 3 BauGB) sowie der zu berücksichtigenden Belange der Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Zudem berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne (§ 9 Abs. 2a BauGB) und ist Grundsatz der Landesplanung (§ 24a LEPro NRW).

¹⁷ Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250

- Räumliche Ausdehnung
- Barrieren und Zäsuren, z.B. Verkehrsstraßen und Bahngleise
- Gestaltung, Einbindung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Vorhandensein von Magnet- bzw. strukturprägenden Betrieben
- Passantenfrequenzen, -ströme

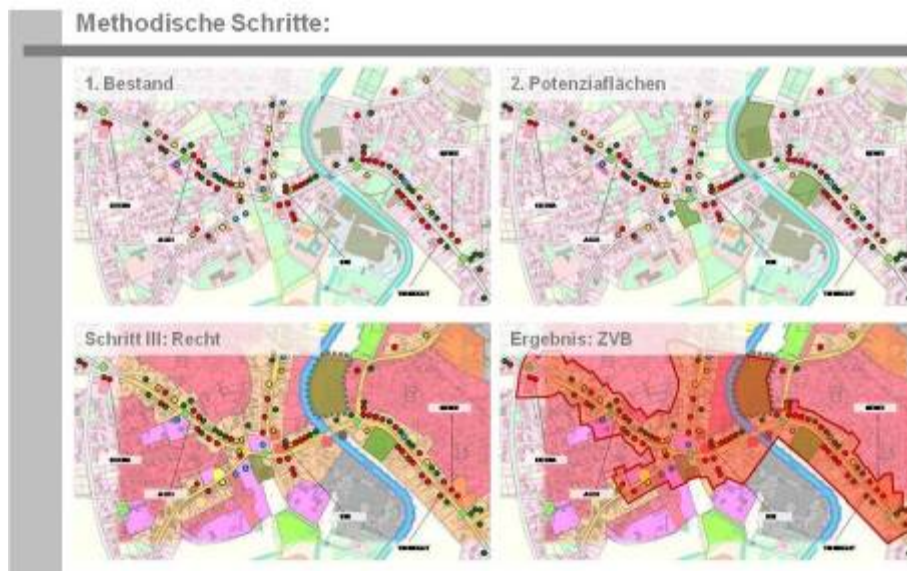
Die räumliche Abgrenzung der künftigen zentralen Versorgungsbereiche erfolgt mehrstufig. Auf Grundlage der örtlichen Situationsanalyse sowie obiger Grundsätze und Kriterien wird zunächst eine parzellenscharfe Abgrenzung am tatsächlichen Bestand von öffentlichen und privaten Einrichtungen vorgenommen.

Da gemäß aktueller Rechtsprechung bei der Abgrenzung etwaige künftige Entwicklungsperspektiven (brachliegende Flächen; leer stehende Objekte etc.) zu berücksichtigen sind, ist neben dem tatsächlichen Bestand die Einbeziehung solcher Flächen ebenfalls möglich und sinnvoll.

Letztlich kann auch eine Orientierung an den planungsrechtlichen Vorgaben erfolgen (z.B. Regionalplan, Flächennutzungsplan), gleichwohl ein zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen muss.

Methodik zur
Abgrenzung zentraler
Versorgungsbereiche

Abb. 21: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel)



Quelle: eigene Darstellung



5.3.2 Empfehlungen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Stadt Werther wird die Funktion des Hauptzentrums vom zentralen Versorgungsbereich im Ortskern übernommen. Dieser ist somit grundsätzlich für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowohl für zentren- als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente geeignet.

Großflächiger
Einzelhandel im
zentralen
Versorgungsbereich

Der Standort ESCH erfüllt hinsichtlich des angeführten Kriteriums Nutzungsmischung (Multifunktionalität) zumindest in seiner derzeitigen Ausgestaltung dieses nicht.

Kriterium
Nutzungsmischung

5.3.2.1 Hauptzentrum Innenstadt

Der im Hauptzentrum angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der Versorgung des gesamten Stadtgebiets. Mit dem Ziel des Schutzes und der Stärkung der entsprechenden Versorgungsfunktionen sind darüber hinaus vor allem zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

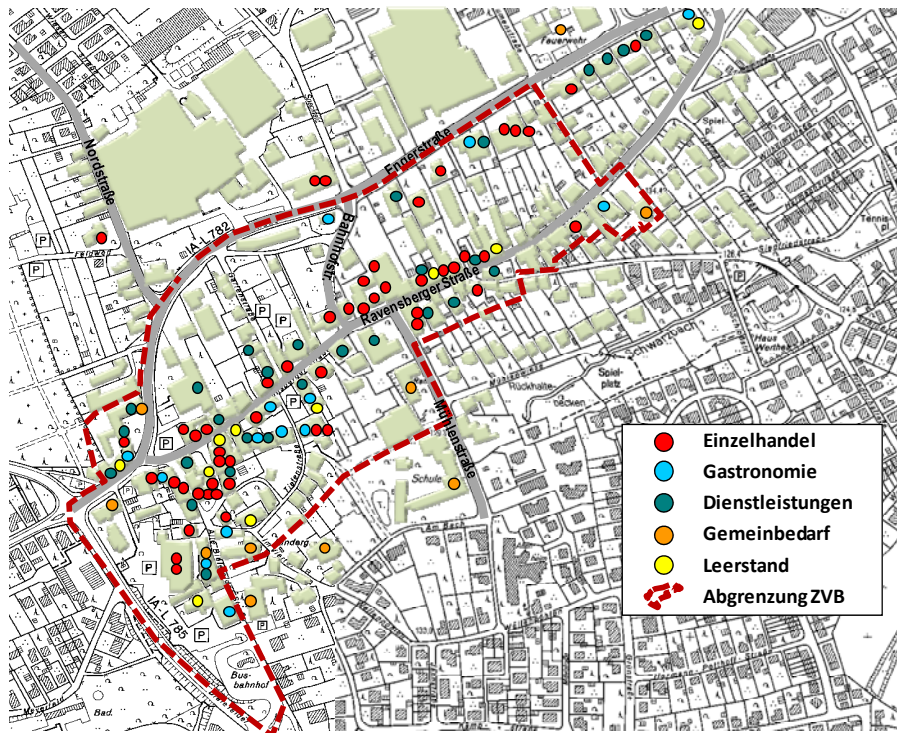
Für das Hauptzentrum werden daher folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Empfehlungen für das
Hauptzentrum

- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes,
- Konzentration und Bündelung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auf diesen Bereich.

Der so planerisch festgelegte Bereich ist somit neben seiner grundsätzlichen Eignung auch des großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels insbesondere der Bereich, der gegenüber sonstigen Planungen an Standorten außerhalb des Zentrums eine besondere Schutzwürdigkeit besitzt.

Abb. 22: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: DGK; eigene Darstellung

5.3.2.2 Nahversorgungsstandort ESCH

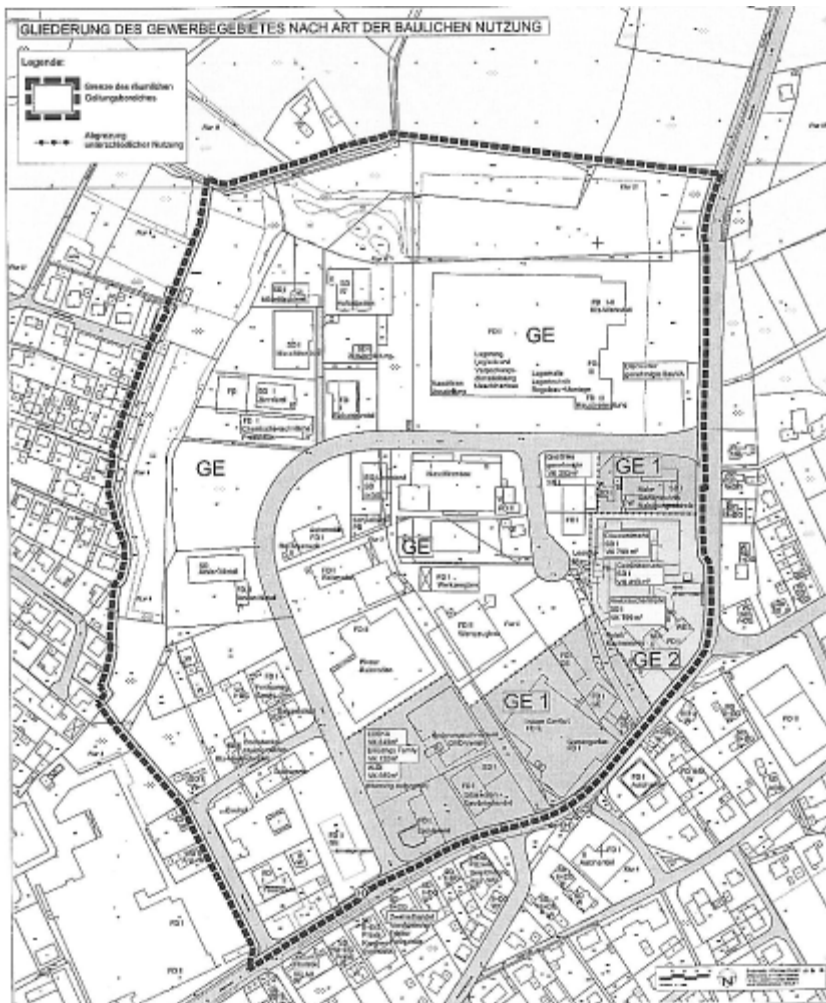
Am Standort ESCH sind mehrere leistungsfähige Betriebe in einer Agglomerationslage zu finden. Es handelt sich um Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt.

Angesichts der ermittelten geringen freien Potenziale sowie der Leistungsfähigkeit der hier ansässigen Betriebe ist eine weitere Stärkung dieses Standortes nicht zu empfehlen. Darüber hinaus entspricht diese Empfehlung auch den Festsetzungen des Flächennutzungsplans im Entwurf.

Keine weitere Stärkung

Im Gewerbegebiet ESCH befindet sich ein Altstandort, der vordem durch einen Lebensmittelmarkt EDEKA, einen Discountmarkt ALDI sowie einen Textildiscounter genutzt wurde und den Bestimmungen des Bestandsschutzes unterliegt. Im Entwurf des derzeit in Bearbeitung befindlichen B Planes 13 wird daher eine Ausdifferenzierung der genannten Standorte nach GE 1 und GE 2 vorgenommen.

Abb. 23: Entwurf B Plan 13 (Version 1)



Quelle: Enderweit und Partner

5.3.2.3 Nahversorgungsstandort PENNY

Am Nahversorgungsstandort Enger Straße sind neben dem Discountmarkt PENNY weitere kleinteilige Handelsnutzungen ansässig.

Die Dimensionierung sowie der Zuschnitt der Betriebsanlage insgesamt entsprechen nicht mehr den marktüblichen Standards, so dass bei gleichzeitiger Wettbewerbszunahme der Nahversorgungsangebote in den letzten Jahren sicherlich die Wettbewerbsfähigkeit weiter abgenommen hat. Es wäre somit zu prüfen, inwieweit eine Aufwertung der Betriebsanlage am Standort erreicht werden kann.

Abnahme
Wettbewerbsfähigkeit

5.3.2.4 Gewerbegebiet ESCH

Innerhalb des Gewerbegebietes befinden sich neben dem obigen Nahversorgungsstandort sowie dem Altstandort (Bestandsschutz) sowohl

gewerbliche Nutzungen als auch weitere Handelsnutzungen nicht-zentrenrelevanter Art.

Durch den gewerblichen Charakter sowie die Einordnung des Gewerbegebietes innerhalb des Regionalplanes als GIB-Fläche ist eine Nutzung für zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimentsschwerpunkte auszuschließen.

Für den Bereich ist eine Eignung als Standort des nicht-zentrenrelevanten Handels (Sonderstandort) gegeben und entspricht dem derzeit erarbeiteten Entwurf des B Plans.

Eignung als
Sonderstandort

5.3.2.5 Empfehlung WECO-Gelände

Das so genannte WECO Gelände befindet sich innerhalb der Kernstadt an der Enger Straße. Das Standortumfeld wird durch gewerbliche Nutzungen geprägt und liegt teilweise brach. Im Regionalplan ist der Standort als GIB eingeordnet.

Trotz der räumlichen Nähe zum Stadtkern der Stadt Werther bestehen gegenüber dem gewachsenen Geschäftsbesatz der Innenstadt keine unmittelbaren Austauschbeziehungen. Vielmehr wird die Trennwirkung durch die viel befahrene Enger Straße noch verstärkt.

Keine Anbindung an
Geschäftsbesatz

Abb. 24: Standort WECO



Quelle: eigene Fotos

Für den Standort sind nunmehr durch den Grundstückseigentümer bzw. Investor Planungen zur Errichtung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen vorgelegt worden. Wesentliche Magnetfunktion bei den Planungen kommt hierbei der Errichtung großflächiger Lebensmittelanbieter mit Vollsortiment zu.

Großflächige Planungen

Für die Planungen ist eine Verträglichkeitsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO im Auftrag des Investors vorgelegt worden. Jenseits der hier getroffenen Aussagen zur Verträglichkeit einzelner Nutzungen sind zunächst die planerischen Voraussetzungen mit den entsprechenden Funktionszuweisungen des Standortes innerhalb des Konzeptes zu treffen. Anders formuliert ist im Rahmen der kommunalen Planungshoheit

Funktion des
Standortes?



festzulegen, für welche Nutzungen und Sortimente der Standort zukünftig genutzt werden soll.

Neben den planungsrechtlichen Voraussetzungen wie einer möglichen Regionalplanänderung (in Allgemeinen Siedlungsbereich) ist somit insbesondere die städtebauliche Zielvorstellung der planenden Kommune selber maßgeblich.

Städtebauliche
Zielvorstellungen?

Bedingt durch die fehlende Anbindung des Standortes an den Hauptgeschäftsbesatz tritt der Standort somit als potenzieller Wettbewerbsstandort gegenüber dem gewachsenen Zentrum in Erscheinung. Vom Grundsatz her sind daher nur ergänzende Nutzungen auf dem WECO Gelände zu empfehlen, die weder in Wettbewerb mit bestehenden Angeboten noch mit zukünftig möglichen stehen sollten.

kein Wettbewerb
zum Zentrum

Im Rahmen des Konzeptes ist das räumlich abgegrenzte Hauptzentrum als Standort des zentrenrelevanten, auch des großflächigen Einzelhandels definiert worden. Aus dieser Festlegung heraus ist somit eine Eignung des WECO Geländes für großflächigen Handel mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt auszuschließen.

kein zentrenrelevanter
Handel

Für Handel mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt haben die Erhebungen eine hohe Ausstattung mit Verkaufsflächen und somit auch eine hohe Kaufkraftbindung feststellen können. Angesichts dieser sehr guten Versorgungslage ist somit zumindest nicht auszuschließen, dass zusätzliche Flächen in Wettbewerb mit bestehenden Strukturen treten und somit möglicherweise auch städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen generieren.

Die verbleibenden Potenziale sollten daher vorrangig zur Sicherung vorhandener Strukturen eingesetzt werden. Dies wäre dann der Fall, wenn sich am derzeitigen Standort des PENNY Marktes keine Möglichkeiten zu einer marktgerechten Erweiterung ergäben.

Verlagerung PENNY?

Allerdings wird Baurecht nicht für bestimmte Betreiber oder Betriebsformen geschaffen, so dass möglicherweise auch andere Betreiber zum Zuge kämen. In der Bauleitplanung wäre darüber hinaus dafür Rechnung zu tragen, dass keine unzulässige Vorratsplanung („Windhundplanung“) entstände, die somit das gesamte Verfahren gefährden würde.

Angesichts der Aussagen zur Zulässigkeit bestimmter Sortimente am Sonderstandort ESCH wäre darüber hinaus zu prüfen, ob mit der Zulässigkeit von nahversorgungsrelevanten Sortimenten (auch nicht großflächiger Art) auf dem WECO Gelände möglicherweise nicht ein Präzedenzfall geschaffen würde, der den Ausschluss an anderer Stelle unmöglich machen würde.

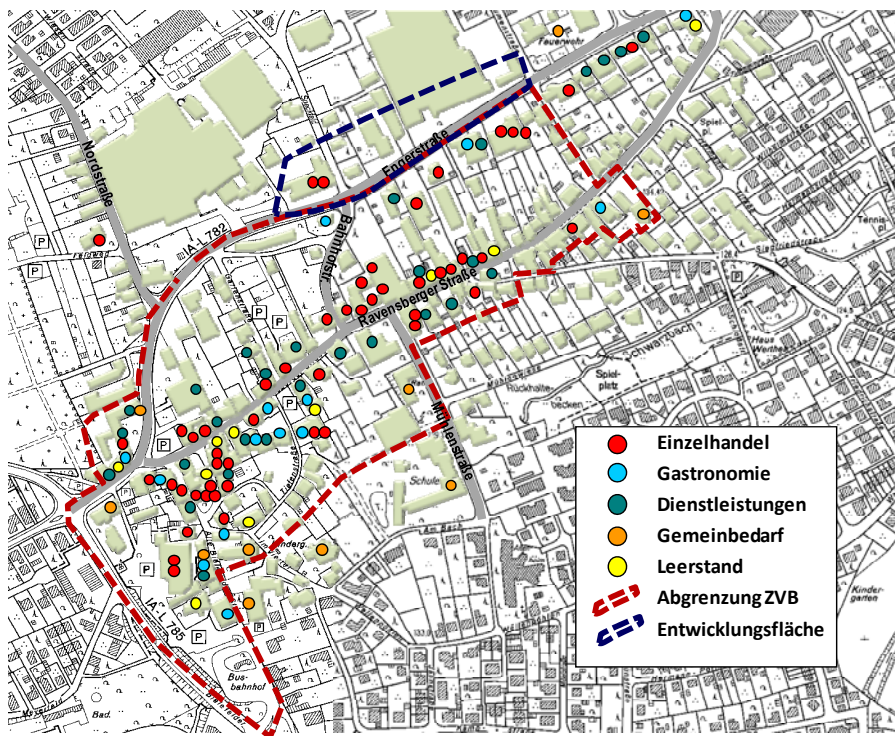
Präzedenzfall?

Der Standort WECO wäre vergleichbar dem Sonderstandort ESCH als Standort des großflächigen nicht-zentrenrelevanten Handels geeignet und somit z.B. auch für Sortimentsschwerpunkte wie Bau- und Garten-

Sonderstandort WECO

bedarf oder Möbel, die bislang in Werther nicht adäquat vertreten sind. Respektive der noch vorzunehmenden Funktionszuweisung auch angesichts der notwendigen städtebaulichen Begründung für Nutzungen auch nahversorgungsrelevanter Art wäre der Standort als potenzielle Entwicklungsfläche geeignet.

Abb. 25: Karte Lage Entwicklungsfläche



Quelle: DGK 5, eigene Darstellung

5.4 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf den Zielvorstellungen aus Abschnitt 4 kann erreicht werden, dass nicht nur ein quantitativer Ausbau des örtlichen Einzelhandels, sondern insbesondere die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation in der Stadt Werther sichergestellt wird. Künftige Entwicklungen werden somit auf städtebaulich gewünschte Standorte gelenkt.

Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung wünschenswert, wenn sie zur Stärkung zentraler Versorgungsbereiche, zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung sowie zur räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels beiträgt.



Unter Berücksichtigung der formulierten Zielvorstellungen empfiehlt die BBE Handelsberatung Münster für die künftige räumliche Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgende Grundsätze:

- Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden.
- Die bestehenden Entwicklungspotenziale für nahversorgungsrelevante Sortimente sollen mit Priorität dazu genutzt werden, Nahversorgungsstandorte im zentralen Versorgungsbereich zu stärken oder weiterzuentwickeln.
- Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll an Sonder- / Fachmarktstandorten realisiert werden. Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zwar grundsätzlich überall im gesamten Stadtgebiet zulässig, um dennoch die Zielsetzungen im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ zu erreichen, ist vorgesehen, auch hier eine entsprechende Lenkungswirkung zu erzielen. Als Zielstandorte bieten sich vor allem die bestehenden Gewerbegebiete an.
- Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit einer Produktionsstätte können in Industrie- und Gewerbegebieten unter bestimmten Voraussetzungen angesiedelt werden (siehe nachfolgende Ausführungen).
- Im Einzelfall sind Tankstellen und Kioske in Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig (siehe nachfolgende Ausführungen).

Grundsätze

Ausnahme
„Handwerkerprivileg“

Ausnahme
Tankstellen, Kiosk

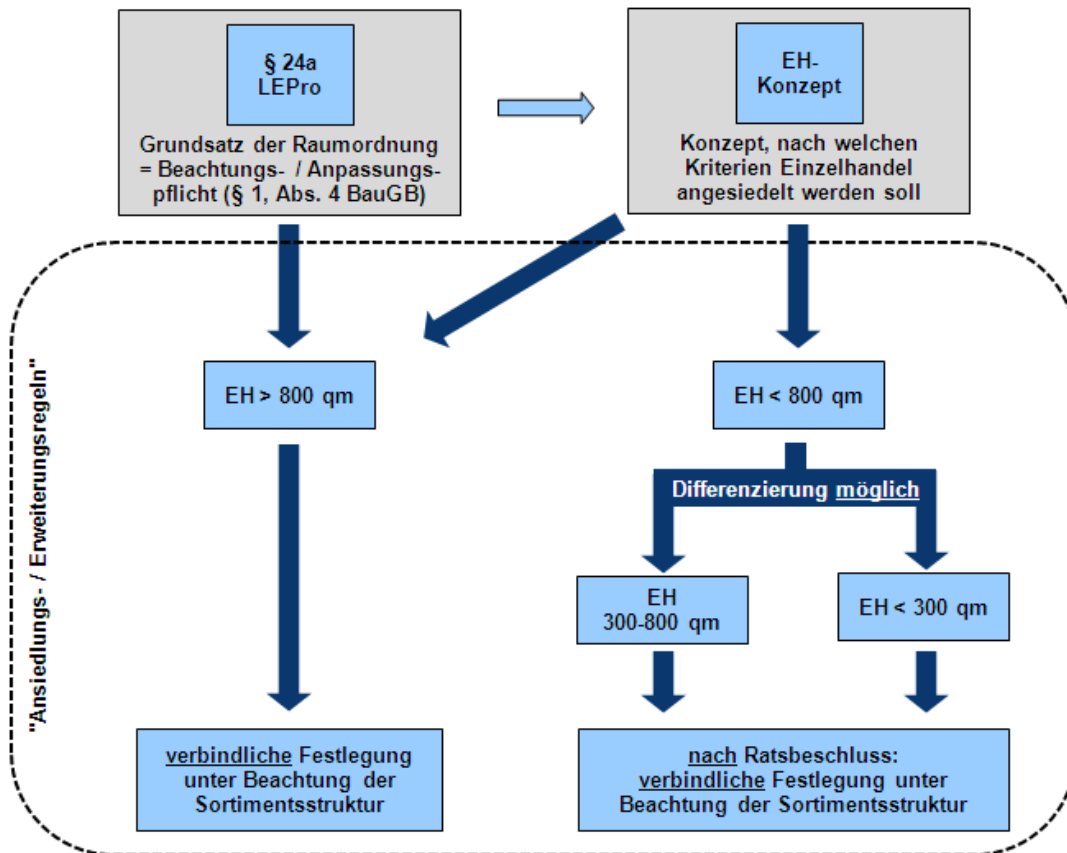
Maßvoller Einsatz
planerischer Instrumente

Die Umsetzung des empfohlenen Einzelhandelskonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente, denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Werther zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen. Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

Die Grundstruktur der Steuerungsregeln können auch der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Steuerungsregeln

Abb. 26: Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung



Quelle: eigene Darstellung

5.4.1 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Schwerpunkten in zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist es, diese im zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können im Sinne einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung ausnahmsweise aber auch an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt und erweitert werden, sofern sie sich in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten befinden sowie keine schädlichen Auswirkungen auf das Hauptzentrum haben.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Stadt Wert-her vom Grundsatz empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte zu treffen.

Konzentration
auf den ZVB

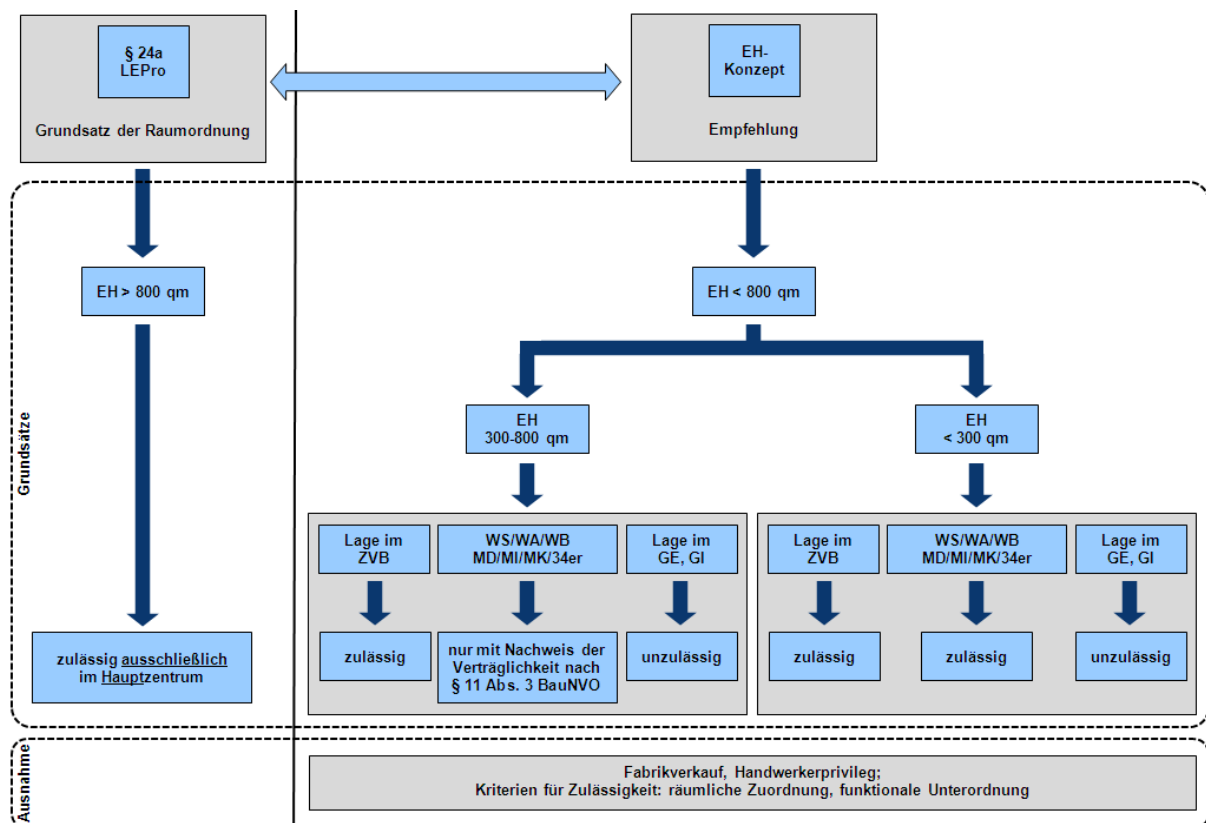
Ausschlussregelungen
außerhalb städtebaulich
gewünschter Standorte

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb dieser Entwicklungsbereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen (Atypische Fallgestaltung¹⁸). Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine zentrenprägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentrenprägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 300 qm Verkaufsfläche zu erwarten.
- Städtebaulich integrierte Ansiedlungen von nahversorgungsrelevanten Betrieben sollen lediglich dort erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite anzutreffen sind.

Ausnahmeregelung
bei städtebaulicher
Verträglichkeit

Die nachfolgenden Prüfschemata zeigen die wesentlichen Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.

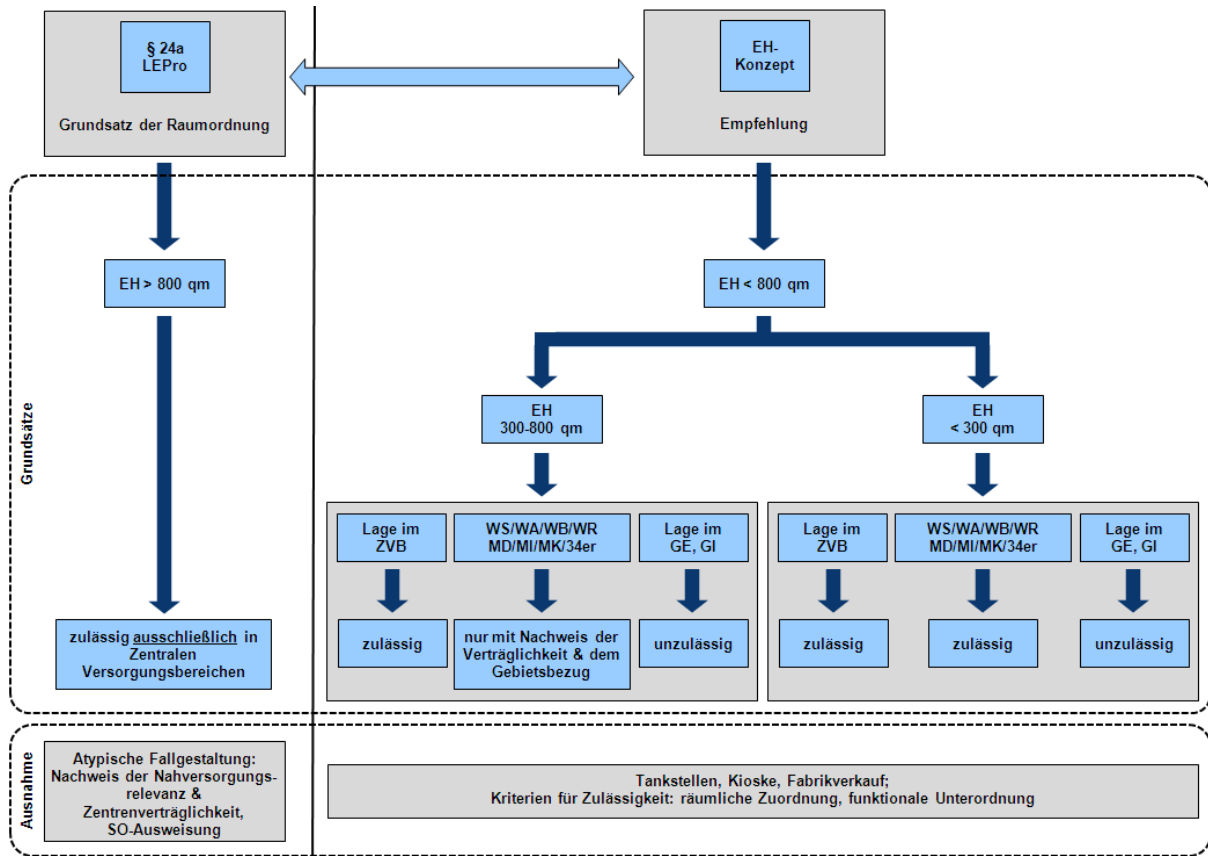
Abb. 27: Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung

¹⁸ Eine atypische Fallgestaltung liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der städtebaulichen Ausgangssituation nicht zu der Art Betriebsstätten gehört, die von der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden.

Abb. 28: Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung

5.4.2 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich.

Insbesondere ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die definierte Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente als Basis dienen.

Auch hier ist darauf zu verweisen, dass keine Beeinträchtigungen schützenswerter Strukturen in den zentralen Versorgungsbereichen entstehen dürfen. Aus der Erfahrung heraus sind negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche (bzw. maximal 2.500 qm) begrenzt wird. Ferner sollte festgelegt werden, dass die Flächen des Randsortimentes nicht von einem Sortiment belegt werden. Vielmehr sollte eine Aufteilung der Rand-

Beschränkung der
Randsortimente

Bezug zum
Hauptsortiment



sortimente erfolgen. Darüber hinaus muss ein direkter Bezug der Randsortimente zum Hauptsortiment gegeben sein.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen. Im Falle eines Baumarktes können beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung vorgenommen werden.

Grundsätzlich sind bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben der Landesplanung zu beachten, die für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt Regelungen zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente treffen.

5.4.3 Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Werther nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen. Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens bestätigte.¹⁹

In dem vorgenannten Urteil wird u.a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebiets darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Werther empfohlen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbe- und Industriegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

Hinsichtlich des Sortimentsausschlusses sind weitgehende Möglichkeiten gegeben. Wie das Bundesverwaltungsgericht klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht.²⁰

Ausschluss zentren- und
nahversorgungsrelevanter
Sortimente

¹⁹ Bay VGH (23.05.1985), Az: 83 A 1490

²⁰ BVerwG (04.10.2001); Az: 4 BN 45.01



Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen.²¹

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen.

Nach dem zitierten Urteil des OVG Münster lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten (GE) nach § 8, Industriegebieten (GI) nach § 9 und in Mischgebieten (MI) nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

Die BBE Handelsberatung Münster schlägt für die Beschränkung des Einzelhandels folgende textliche Festsetzung vor:

Städtebauliche
Begründung erforderlich

„Im Geltungsbereich des Bebauungsplans²² sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment nachfolgender Liste entspricht²³:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren

...

Zeitschriften und Zeitungen

...

Bekleidung

...“

Mit den vorgeschlagenen textlichen Festsetzungen wird die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert, zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen.

Ziel: Sicherung
städttebaulich
gewünschter Zentren
und Strukturen

²¹ OVG Münster (22. 04.2004); Az: 7a D 142/02

²² bzw. der im Bebauungsplan festgesetzten GE- und GI-Flächen, falls dort unterschiedliche Gebietsarten festgesetzt werden

²³ vgl. örtliche Wertheraner Sortimentsliste



Als Instrument zur Überplanung der entsprechenden Bereiche bietet sich beispielsweise auch der einfache Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB an. Zu beachten ist hierbei, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben ein individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sollten nur als einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnetes und im Angebotsumfang deutlich untergeordnetes Nebensortiment zulässig sein.

Darüber hinaus sind Ausnahmen für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z.B. Kioske) sowie für Handwerks- und Produktionsbetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

Ausnahmeregelungen

- Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Produkte am Produktionsstandort im Industrie- oder Gewerbegebiet zu vertreiben, können derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen wie Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden. Hierzu müssen allerdings ein räumlich-funktionaler Zusammenhang zum Hauptsortiment sowie eine deutliche Unterordnung des (kleinflächigen) Einzelhandels gegenüber dem Produktionsbetrieb gegeben sein. Dies bedeutet einen funktionalen (Eigenfertigung) und räumlichen (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar) Zusammenhang insofern, als dass das Ladenlokal dem Produktionsbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, die Grenze der Großflächigkeit von maximal 800 qm Verkaufsfläche nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb nach Fläche deutlich untergeordnet ist.
- Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig, sofern ihre Verkaufsfläche eine Größenordnung von 100-150 qm nicht überschreitet. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche“ nicht weiter tangieren.

5.4.4 Einzelhandel in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es erforderlich werden, auch in Allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder

Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Im Allgemeinen Wohngebiet sind grundsätzlich nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filialkette Schlecker), sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen.

Nicht zulässig sind jedoch Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzeptes einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht. Als Beispiel für eine nicht zulässige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-Discountmarktes zu nennen, dem auch bei weniger als 800 qm der Gebietsbezug abzusprechen ist.

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht der Gutachter diejenigen Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zugelassen werden, die aufgrund ihrer Größe und ihres Warensortiments Einzugsbereiche aufweisen, die voraussichtlich deutlich über die Nahbereichsebene hinausgehen. Dies trifft beispielsweise für spezialisierte Fachmärkte für Drogerieartikel, Bekleidung oder Schuhe mit Verkaufsflächengrößen ab 300 qm zu.

Kleinteilige
wohnungsnahe
Grundversorgung
möglich, sofern die
Versorgung der im
Gebiet Wohnenden dient

5.5 Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept sowie der Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Wertheraner Sortimentsliste ein weiteres unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung dar.²⁴ In der Bauleitplanung ist die örtliche Sortimentsliste für Bindungen des Sortiments bei der Festsetzung von SO-Gebieten für den großflächigen Einzelhandel sowie bei der Zulässigkeit bzw. dem Ausschluss von Einzelhandel in den einzelnen Baugebieten der BauNVO (§§ 1 – 11) relevant.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (z.B. „Kölner Liste“). Eine allgemeingültige Auf-

²⁴ Es steht die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich-funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen sowie die Genehmigung einzelhandelsrelevanter Vorhaben im Fokus.

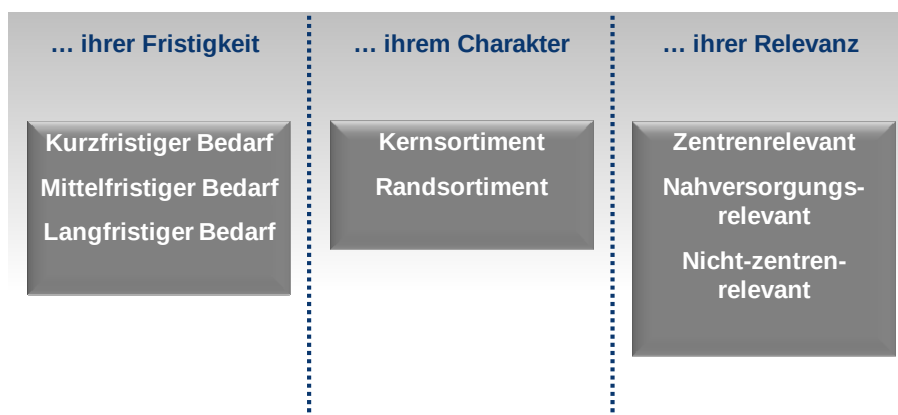
stellung oder Übernahme einer derartigen Liste ist nicht zulässig. Hierzu gab es in der Vergangenheit eine Vielzahl von Urteilen seitens der Verwaltungsgerichte.

Beispielsweise urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster im Jahr 2004, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.²⁵ In dem Urteil wird u.a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste nach Ansicht des Oberverwaltungsgerichts Münster den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen. So hat die planende Gemeinde sortimentsspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen städtebaulichen Gründe für bzw. gegen ein Einzelhandelsvorhaben sprechen.

Notwendigkeit einer
örtlichen Liste

Sortimentslisten als Steuerungsinstrumente sind ein wesentlicher Bestandteil von Einzelhandelskonzepten, wobei eine Differenzierung der Sortimente geboten ist. Grundsätzlich lassen sich Sortimente hinsichtlich ihrer Fristigkeit, ihrem Charakter sowie ihrer Relevanz differenzieren.

Abb. 29: Differenzierung der Sortimente nach ...



Quelle: eigene Darstellung

Zur grundsätzlichen Einordnung von Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Differenzierung nach ihrer Struktur bzw. Relevanz, d.h. eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines zentralen Versorgungsbereiches prägend und somit für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

Merkmale zentren-
relevanter Sortimente

²⁵ OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE



- Sie ziehen viele Kunden an.
- Sie besitzen eine hohe Flächenintensität.
- Sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen.
- Sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Die zentrenrelevanten Leitsortimente werden insbesondere durch § 24a LEPro bei der Erstellung örtlicher Sortimentslisten vorgegeben bzw. sind entsprechend zu beachten (siehe auch Kapitel 5.3).

Zentrenrelevante
Leitsortimente

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern wesentliche Frequenzbringer für die weiteren Nutzungen auch in zentralen Versorgungsbereichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem typischerweise Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

Nahversorgungs-
relevante Sortimente

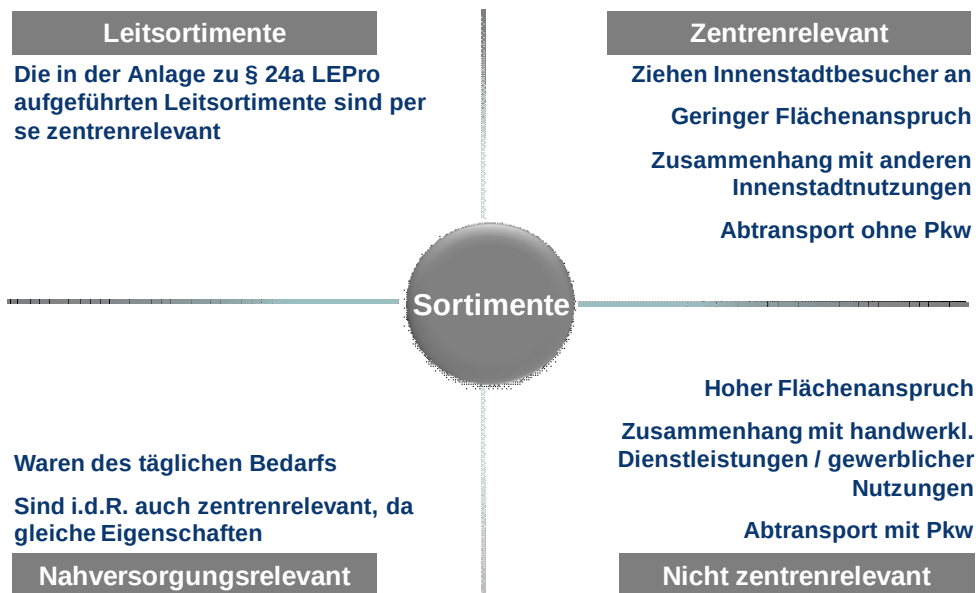
Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen auch die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgungsbetrieben im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Grundsatz möglich.

Dem gegenüber sind nicht-zentrenrelevante Sortimente dahingehend zu definieren, als dass sie nur in einem geringen Umfang im Ortskern vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das ortskerntypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die tendenziell eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Nicht zentrenrelevante
Sortimente

Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Struktur bzw. ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 30: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz



Quelle: eigene Darstellung

Bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste empfiehlt sich folgende Vorgehensweise²⁶:

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

- Zunächst sind die Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand).

Diese Sortimente sind dann im Weiteren zu übertragen in die örtliche Sortimentsliste, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.

- Darüber hinaus können auch weitere zentrenrelevante Sortimente in die Liste mit aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive).

So sind z.B. „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu realisieren.

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen.

²⁶ U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007

Entscheidend ist letztendlich in der Abwägung, dass die Liste mit den örtlichen Verhältnissen abgestimmt ist.

Herleitung aufgrund
örtlicher Verhältnisse

5.5.1 Wertheraner Sortimentsliste

Bei der Herleitung der Wertheraner Sortimentsliste sind – wie bereits angeführt – die auf Landesebene vorgegebenen Aussagen im Landesentwicklungsprogramm (§ 24a LEPro) sowie dem Einzelhandelserlass NRW zu berücksichtigen. Hiernach sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente von der Stadt festzulegen. Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage 1 des LEPro NRW aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten.

Festlegung durch
die Stadt

Die zentrenrelevanten Leitsortimente können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 31: Zentrenrelevante Leitsortimente gemäß § 24a LEPro



Sortimentsgruppe
Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltskleingeräte
Foto, Optik
Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
Uhren, Schmuck
Spielwaren, Sportartikel

Quelle: § 24a Landesentwicklungsprogramm NRW (LEPro); eigene Darstellung

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses hat die Stadt bei der Aufstellung ihrer örtlichen Sortimentsliste die zu beachtenden Leitsortimente weiter zu konkretisieren, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. deutlich stärker differenziert sind. Gleichwohl ist festzuhalten, dass bei den festgelegten Leitsortimenten nur ein begrenzter Spielraum zur Differenzierung besteht.

Dennoch ist z.B. eine weitere Differenzierung des Leitsortiments „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ u.a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- Matratzen und Bettwaren
- Teppiche, Brücken, Läufer
- Fußbodenbeläge und Tapeten
- Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
- ...

Die vorgenannten Untergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinde sowohl als zentren- als auch nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.

Wie zuvor dargelegt, werden die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente somit anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festgelegt.

Aufgrund der genannten Kriterien ergeben sich folgende Sortimentsgruppen. Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegeben Systematik der Wirtschaftszweige²⁷:

Abb. 32: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

	
Sortimentsgruppe	
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren	
Apotheken (Arzneimittel)	
kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie-, Parfumerieartikel, Reformwaren	
Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter; inkl. Hygienemittel)	

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

²⁷ Grundlage der Wertheraner Sortimentsliste ist somit die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes.

Abb. 33: Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
Textilien (Heim- und Haushaltstextilien, Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeiten, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
Vorhänge und Gardinen
elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik)
Haushaltsgegenstände (Hausrat, Haushaltswaren- und artikel, Einrichtungsgegenstände)
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Bücher
Zeitschriften und Zeitungen
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (inkl. Künstler- und Bastelbedarf; Zeichenmaterial, Organisationsmittel)
bespielte Ton- und Bildträger
Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte); Sportbekleidung und -schuhe
Spielwaren (ohne Videospielkonsolen); Hobbyartikel
Bekleidung (inkl. Pelz- / Kürschnerwaren, Miederwaren)
Schuhe
Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme)
Uhren und Schmuck (inkl. Edelmetallwaren)
Augenoptik
Foto- und optische Erzeugnisse (inkl. Zubehör; ohne Augenoptik)
Antiquariate
Musikinstrumente und Musikalien
Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
Campingartikel (ohne Campingmöbel; ohne Bekleidung und Schuhe)
Anglerbedarf
medizinische und orthopädische Artikel
Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)
Kunstgegenstände, Bilder und Bilderrahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, und Geschenkartikel
Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Antiquitäten und antike Teppiche

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

Abb. 34: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Kfz-Zubehör
Motorradzubehör
Motorradbekleidung
Matratzen und Bettware (ohne Bettwäsche)
Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurzwaren und Kleineisenwaren, Werkzeuge, Rasenmäher, Bauelemente aus Metall u. Kunststoff inkl. Fenster, Türen)
Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Elektroinstallation, Sanitärbedarf, Baustoffe)
Sauna
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Rolläden, Rollos, Markisen
Teppiche, Brücken, Läufer
Fußbodenbeläge, Fliesen und Tapeten
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
Wohnmöbel (inkl. Büro- und Küchenmöbel)
Garten- und Campingmöbel
Sicherheitssysteme (Verriegelungseinrichtungen, Tresore u.Ä.)
Sportgroßgeräte (Fitnessgeräte, Hantelbank o.ä.)
Boote und Zubehör
Außenspielgroßgeräte (Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
zoologischer Bedarf und lebende Tiere
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Kinderwagen
Erotikartikel

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung



6 Schlusswort

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werther stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar.

Beurteilungs- und
Abwägungsgrundlage

Es bietet vor allem Chancen, die weitere Entwicklung der wohnungsnahe Grundversorgung sowie des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, aber auch einer Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben.

Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

Entscheidungs- und
Orientierungsrahmen

Zur Umsetzung des Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Stadt Werther zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie den zentralen Versorgungsbereichen, dem Zentrenkonzept sowie der örtlichen Sortimentsliste.

Ratsbeschluss

Das Einzelhandelskonzept ist nur dann rechtssicher und belastbar, wenn die Inhalte und Empfehlungen durch einen entsprechenden politischen Beschluss im Rahmen der Selbstbindung deutlich gemacht werden.

Neben dem Rat und der Verwaltung sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes voranzutreiben. Hierbei sind sowohl die Kaufleute bei einer Verbesserung des Marktauftrittes und Erscheinungsbildes als auch die Verwaltung in der konsequenten planerischen Umsetzung des Konzeptes aufgerufen.



7 Anhang

7.1 Abbildungen

Abb. 1: Einordnung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes	5
Abb. 2: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes	7
Abb. 3: Erhebungssystematik	9
Abb. 4: Beispiele Kleinflächenkonzepte	17
Abb. 5: Räumliche Lage	19
Abb. 6: Städtebauliches Kurzprofil Bielefeld	20
Abb. 7: Städtebauliches Kurzprofil Gütersloh	21
Abb. 8: Bevölkerungsprognose.....	22
Abb. 9: Fotos Ortskern.....	23
Abb. 10: Karte Nutzungsmischung Ortskern.....	24
Abb. 11: Betriebe und Sortimente in Werther	26
Abb. 12: Betriebsstättendichte im Kommunalvergleich.....	27
Abb. 13: Verkaufsflächen in Werther	28
Abb. 14: Karte Verbundstandort	29
Abb. 15: Kaufkraftpotenzial in Werther	31
Abb. 16: Bindungsquoten in Werther	32
Abb. 17: Bindungsquoten im Vergleich.....	34
Abb. 18: Beispiele kleinerer Garten- und Zoofachmärkte	35
Abb. 19: Beispiele Fachmärkte Einrichtung	35
Abb. 20: Zentrenhierarchie der Stadt Werther	45
Abb. 21: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel).....	47
Abb. 22: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum.....	49
Abb. 23: Standort WECO.....	51
Abb. 24: Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung	55
Abb. 25: Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente	56



Abb. 26: Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente.....	57
Abb. 27: Differenzierung der Sortimente nach	62
Abb. 28: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz.....	64
Abb. 29: Zentrenrelevante Leitsortimente gemäß § 24a LEPro.....	65
Abb. 30: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente	66
Abb. 31: Liste der zentrenrelevanten Sortimente	67
Abb. 32: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente	68



7.2 Glossar

Agglomeration

Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt.

Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.

Angebotsgenre

Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.

Betriebsformen

Bei den Betriebsformen handelt es sich um Erscheinungsformen von Handelsbetrieben, die sich in einem oder auch mehreren Merkmalen gleichen oder ähnlich sehen, so dass sie dadurch jeweils von den anderen unterschieden werden können.

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind: Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus, Kauf- und Warenhaus, Convenience-Store, Factory-Outlet-Center.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (in der Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand- / Onlinehandel ausgegeben wird.

Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z.B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen.



Elastizität der Nachfrage	Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro Änderung des Einkommens.
Fachgeschäft	Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.
Fachmarkt	Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.
Fachmarktstandort	Fachmarktstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z.B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.
Flächenleistung	Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche. Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche.
Mantelbevölkerung	An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.
Umsatz-Kaufkraft-Relation	Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet. Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.
Verbrauchsausgaben	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.

**Verkaufsflächenausstattung**

Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an.

Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.

Warengruppe

Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z.B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z.B. Food und Non-Food).

Zentralität

Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer.

Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist.

Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird.

Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt.

So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl. Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).